جامعة الجزائر – بن يوسف بن خدة

كليـة الحقـوق

جمعيات حماية المستهلك

مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق

فرع العقود و المسؤولية

من تقديم الطالبة: **فهيمة ناصري**

تحت إشراف الأستاذ: **عبد الحميد بن شنيت**

أعضاء اللجنة:

الأستاذ : **عبد الرزاق بن خروف** رئيسا

الأستاذ : **عبد الحميد بن شنيت** مقررا

الأستاذة: **عرعارة عبالي** عضوا

السنة الجامعية 2003 – 2004

بسم الله الرحمن الرحيم

"و قل ربي زدني علما "

كلمة شكر

أتقدم بالشكر الجزيل إلى كافة الأساتذة الذين أطروني خلال المرحلة النظرية من دراستي في قسم الماجستير.

كما لا يمكنني أن أنسى فضل الأستاذ المشرف بتفضله بالإشراف على مذكرتي رغم انشغالاته الكثيرة.

إهـــــــداء

إلى : أمي ثم أمي ثم أمي

إلى : أبي الغالي

إلى : أختي وحبيبتي نورة

إلى : أخواي العزيزين رياض ووحيد

إلى : كل الأهل و الصديقات.

إهداء خاص إلى :

زوجي و شريك عمري : **فاتح**.

أقدم هذا العمل المتواضع

مقدمـــــــــة

إن موضوعا يتعلق بحماية المستهلك يبقى من المواضيع الحديثة والهامة الجديرة بالدراسة، على الرغم من الكتابات و البحوث التي تمت في هذا المجال. و لعل السبب الرئيسي في ذلك هو أن الدواعي التي أدت إلى هذا الاهتمام، إنما هي في تزايد مستمر، أي أن الحاجة لحماية المستهلك تتضاعف يوما بعد يوم، خاصة بدخولنا الألفية الثالثة التي سبقها و واكبها تطور مذهل و خطير، لاسيما فيما يتعلق بأساليب الإنتاج والتسويق و الدعاية. أضف إلى ذلك اتساع مفهوم العولمة ليشمل ما يعرف بعولمة الاستهلاك، و الذي أدى إلى توحيد أنماطه في جميع أنحاء العالم وفي جميع المجالات، سواء تعلق الأمر باستهلاك السلع أو باستهلاك الخدمات. فظهور وسائل جديدة وإن كانت تسهل الحصول على السلعة أو الخدمة إلا أنها لا تكون دائما في صالح المستهلك[1].

إضافة إلى ذلك، فتطور أساليب الدعاية و الإعلان خاصة إذا كان السعي وراء الربح لا يأخذ بعين الاعتبار شروط الصحة و السلامة، قد ينسي المستهلك المضار المحتملة، لهذا كان و يبقى دائما في حاجة ماسة للحماية أيا كان النظام الاقتصادي الذي تتبعه الدولة.

و قد ظهرت بوادر الحماية فعلا في الدول الصناعية و بالتحديد في الولايات المتحدة الأمريكية، في تصريح للرئيس الأمريكي "**جون كيندي**" في **15** مارس **1962**[2]، جاء فيه:" إن تعريف كلمة المستهلكين يشملنا جميعا، إنهم أكبر مجموعة اقتصادية تؤثر و تتأثر بجميع القرارات الاقتصادية العامة والخاصة، و مع ذلك و بالرغم من كونها أكبر مجموعة إلا أن أصواتهن لا تزال غير مسموعة".

ومنذ هذا التصريح اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة المبادئ التوجيهية لحقوق المستهلك، والتي جاء ضمن بنودها حرية إنشاء الجمعيات أو منظمات المستهلكين و غير ذلك من التنظيمات ذات الصلة، وإتاحة الفرصة لها لكي تعبر عن آرائها في عمليات اتخاذ القرارات التي تمس المستهلكين[3].

---

[1]- الأستاذ/ هامل بن زعيمي – الإنترنت و عولمة المعرفة عن مجلة "وعي المستهلك" عن جمعية الأمان لحماية المستهلك بالأغواط- السنة الأولى- العدد الثاني- مارس أفريل 2000.

[2]- لقد اعتمد تاريخ 15 مارس من كل عام من طرف الجمعية العامة للأمم المتحدة كيوم عالمي للمستهلك.

[3]- أنظر قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم39-48 الذي اعتمدت فيه بتوافق الآراء في 19 أفريل 1983 المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، وبنود هذه المبادئ في نشرية وعي المستهلك المذكورة في هامش (1) من الصفحة السابقة.

أما في فرنسا، فقد بدأت بوادر هذه الحماية بصدور قانون التوجيه التجاري لسنة 1973، و الأمر نفسه في غالبية الدول الأوروبية الأخرى، والذي تبعه تطور تشريعي كبير في هذا المجال إلى حين صدور قانون الاستهلاك الحالي، والذي كان لتنظيمات المستهلكين الدور الكبير فيه بفضل ضغطها على الإدارة التشريعية من خلال نشاطها المكثف.

أما بالنسبة للجزائر، فلم يتحدد الاهتمام بحماية المستهلك فعليا إلا بظهور قانون 98-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 و المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك[1]، والذي جاء في التقرير التمهيدي حول مشروعه: " إن من بين الأسباب و الظروف الموضوعية التي أملت ظهور هذا المشروع هو الاهتمام بالجانب الكمي على حساب النوعية في الإنتاج الوطني. مما أدى إلى عدة تجاوزات و انحرافات تسببت في المساس بأن وسلامة و صحة المستهلك". و وعيا منه بعدم كفاية هذا القانون لتحقيق الحماية المرجوة، فقد اتبعه المشرع بعدة نصوص تنظيمية وتطبيقية مست جميع المجالات، سواء ما تعلق بالمواد الاستهلاكية أو بالرقابة أو غير ذلك[2].

غير أنه بالرغم من كثرة النصوص والقوانين فإنها تبقى عاجزة وحبرا على ورق ما لم تتدعم بطرق فعالة تضمن تطبيقها، ولهذا فالمشرع الجزائري لم يغفل هذا الجانب وذلك بأن أعطى الأسس القانونية لإنشاء عدة أجهزة و هيئات تعمل على تجسيد الحماية على أرض الواقع، ومن بينها المجلس الوطني لحماية المستهلك و المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم،...إلخ.

غير أن الملاحظ على أرض الواقع أن مجموعة القوانين و الهيئات العاملة في مجال حماية المستهلك لم تستطع أن توفر الحماية المرجوة منها، و يرجع ذلك أساسا إلى غياب الوعي لدى الفئة المعنية (المستهلكين).
وفي غياب اليد الضاربة التي تلزم هذه الهيئات بالقيام بدورها على أكمل وجه و تراقب مدى تطبيق القوانين في مجال حماية المستهلك.[3]

---

[1]- الجريدة الرسمية عدد06 سنة 1989.

[2]- ومن أمثلتها: المرسوم التنفيذي 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990و المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، و المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات–الجريدة الرسمية عدد 40-90 القانون 89-23 المؤرخ في 1989/12/19 المتعلق بالتقييس- الجريدة الرسمية عدد 54.

[3]- فكما جاء في تدخل السيد عبد القادر قطاف في مناقشة مشروع حماية المستهلك، فإنه دون جمعيات حماية المستهلك تبدو الحماية حسب تصور المشروع ضربا من الخيال و الوهم. فنجاعة هذا القانون مرهونة بوجودها وإنشائها عبر التراب الوطني.

إذن فالأمر يتعلق بالدرجة الأولى بالمستهلك نفسه الذي عليه أن يناضل من أجل الحصول على جميع حقوقه، فالحكمة القانونية تقول بأن الدين مطلوب و ليس محمول. فالحماية هي دين على جميع الأطراف سواء الدولة أو المؤسسات والهيئات الأخرى أو المهنيين، و على المستهلك أن يسعى إليها و يطالب بها. و لن يستطيع ذلك بصفة فردية، لذا كان لزاما تشكيل و وجود جمعيات للمستهلكين يكون دورها وهدفها الأساسي حماية المستهلك مما قد يتعرض له من مخاطر، فهي تعمل على خلق وعي و ثقافة استهلاكية لدى المستهلك ورفع درجة يقظته لمسايرة التحولات الاقتصادية، و التصدي للإفرازات السلبية لانفتاح السوق وتحرير التجارة الناجمة عن دخول الجزائر اقتصاد السوق. كما تعمل على ترقية المستهلك و إرشاده وإحاطته بالمعارف العلمية و الصحية و الاقتصادية التي تساعد على تحسين مقدرته الإدراكية في اختيار نموذج استهلاكي ينبع من عمق قيمه و قناعاته.

و إن كان هذا الدور يعد وقائيا بالدرجة الأولى، لأن الهدف هو منع وقوع الضرر للمستهلك، غير أن ذلك لن يؤتي نتيجة دائما، لذلك فجمعيات حماية المستهلك تلعب من جانب آخر دورا يمكن تسميته بالدور العلاجي، لأن الهدف منه هو جبر الضرر الحاصل وذلك عن طريق رفع دعوى أمام القضاء للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصاب المستهلكين، إما بصفة جماعية و إما بصفة فردية. و قد أعطاها المشرع هذا الحق بموجب قانون حماية الاستهلاك، و إن كان قد ثبت لها في الأصل بموجب قانون 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 و المتعلق بالجمعيات، الذي يعد الأساس لوجودها ونشأتها وتنظيمها.

ويرجع إعطاء هذا الحق في رفع الدعوى للجمعيات، إلى كون صاحب الحق الأصيل فيها وهو المستهلك غالبا ما يتردد في المطالبة بحقه وملاحقة المهني، نظرا للفارق الاقتصادي والمالي والتقني الشاسع بينه وبين هذا الأخير، وكذا لشعوره بضعف موقفه في مواجهته، على الرغم من أن ذلك يعد خروجا على مبدأ الأثر النسبي للعقد.

إضافة إلى ما سبق، فجمعيات حماية المستهلك تعتمد في دفاعها عن المستهلكين على طريق آخر، ألا و هو الدعوى لمقاطعة التعامل مع منتج أو خدمة بسبب غلائها أو عيب فيها قد يضر بالمستهلكين، و تعد هذه الطريقة من الطرق الواقعية الفعالة.

من جانب آخر، فإن جمعيات حماية المستهلكين تعمل على تكميل وتفعيل الجهود التي تبذلها السلطات العمومية والهيئات العاملة في هذا المجال، وهي بذلك تعمل عل إيصال صوت المستهلك و تمثيله للمشاركة في و ضع سياسة استهلاكية ناجعة، هذا من ناحية، و من ناحية أخرى فهي تعمل بالتعاون وبدعم ومشاركة هذه الهيئات، وهو الأمر الذي سوف نفصل فيه أكثر عند الحديث عن العلاقة المتبادلة بين مختلف هذه الهيئات وجمعيات حماية المستهلكين. على أن ما تجدر الإشارة إليه أن جمعيات حماية المستهلك قد تكون محل مساءلة قانونية من طرف المهنيين، و ذلك إذا تجاوزت الإطار المشروع المخول لها لبلوغ هدفها.

و عليه من خلال ما سبق، يمكن القول أن الأسباب والدوافع التي حثتنا على تناول هذا الموضوع تبدو لنا قوية و جدية، خاصة ما تعلق بحداثة موضوع حماية المستهلك بصفة عامة و أهميتها وضرورتها في الوقت الراهن. ومع يقيننا أن من يرى العنوان لأول وهلة قد يبدو له غير ذي أهمية، لاسيما و أنه يضم مصطلحين لا يزالا جديدين وغير ذي تأثير في نظر أي قارئ، فالجمعية هي مفهوم لا يزال جديدا و غير ذي وقع في المجتمع الجزائري. أما حماية المستهلك فمفهوم أكثر حداثة وجدة في لغة القانون فما بالنا في لغة المواطن العادي و البسيط. كل هذا يجعل الموضوع مثيرا للفضول من ناحية، ومن ناحية أخرى يجعله شائكا يثير في كل نقطة منه عدة إشكالات سنحاول الإجابة عنها قدر المستطاع.

كما أن ما يدعم اختيارنا للموضوع كونه يدخل في مجال تخصصنا " العقود و المسؤولية"، على الرغم من أن هذا لا يظهر جليا من العنوان، إلا أنه بالتدقيق في الدراسة سنرى أن الجمعية هي في الأصل تنشأ على أساس تعاقدي، أي أن نظرية العقد هي محل الدراسة، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى نتناول مسؤولية الجمعيات وكذا الدعوى التي تمارسها و التي تدخل في عمق تخصصنا.

و أخيرا، لعل من الأسباب القوية أيضا، هو نقص الدراسات في الجزائر حول هذا الموضوع. فإذا كانت قليلة فيما يتعلق بالجمعيات، فهي أقل فيما يخص المستهلك و نادرة فيما يخص جمعيات حماية المستهلك. هذا ما يفسر اعتمادنا الكبير على المراجع الفرنسية بالدرجة الأولى، و الذي يدفعنا بشكل أو بآخر للإشارة من حين إلى آخر للوضع في فرنسا، لاسيما وأن الحركة الاستهلاكية هناك جد متطورة.

إذن، من خلال ما سبق، فإن موضوع حماية المستهلك يثير في نظرنا إشكالات لا حصر لها، فمنها ما يتعلق بالجمعيات من ناحية، و منها ما يتعلق بحماية المستهلك من ناحية أخرى، و منها ما يخص الموضوعين معا. ويمكن إجمال هذه الإشكالات فيما يلي:

- **أولا**: ما مفهوم الجمعيات؟ كيف تنشأ؟ و كيف تكتسب الشخصية القانونية؟
- **ثانيا**: ماذا نقصد بحماية المستهلك؟ من هو المستهلك الذي تقوم من أجله هذه الجمعيات؟
- **ثالثا**: كيف تعمل هذه الجمعيات؟ و ما هي الوسائل التي تستغلها؟
- **رابعا**: ما هي حدود عمل جمعيات حماية المستهلك (المسؤولية)؟
- **خامسا**: ما هي الدعاوى التي تمارسها جمعيات حماية المستهلك؟ وكيف يتم ذلك؟

و من أجل الإجابة على مختلف هذه الأسئلة وغيرها، فإننا ارتأينا اعتماد منهجية قائمة على الأسلوب الوصفي باعتباره أفضل المناهج لتحديد مفهوم جمعيات حماية المستهلك و دورها. كما سنحاول من حين إلى آخر التحليل و التعليق على ما يستدعي ذلك من نصوص قانونية. و إن كنا سنتجرأ أكثر على النقد وإعطاء رأينا الخاص على حسب المعطيات المتوفرة لدينا، و على حسب الدراسة المحصلة.

و عليه، فإنه لمعالجة موضوع يتعلق بجمعيات حماية المستهلك، فقد ارتأينا أن نقسم خطة البحث إلى فصلين أساسيين:

الفصل الأول: يتعلق بتحديد مفهوم جمعيات حماية المستهلك وعلاقتها بالهيئات الأخرى. و الذي ينقسم بدوره إلى ثلاث مباحث أساسية :

- **المبحث الأول**: ظهور جمعيات حماية المستهلك
- **المبحث الثاني**: مفهوم جمعيات حماية المستهلك
- **المبحث الثالث**: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالهيئات الأخرى.

الفصل الثاني: يتعلق بدور جمعيات حماية المستهلك في الإعلام ورفع الدعاوى. و الذي ينقسم بدوره إلى ثلاث مباحث أساسية :

- **المبحث الأول**:دور جمعيات حماية المستهلك في الإعلام
- **المبحث الثاني**: وسائل الدفاع لدى المهنيين ومسؤولية الجمعيات
- **المبحث الثالث**: دور جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى.

وسنحاول في خاتمة بحثنا تلخيص النتائج المتوصل إليها، وكذا تقييم دور جمعيات حماية المستهلك ومدى تواجدها على أرض الواقع، و هل الإطار القانوني الذي تعمل بموجبه كفيل بأن يمنحها السلطات اللازمة لأداء دورها على أكمل وجه، وإن كان غير ذلك فما هي الاقتراحات الممكن تقديمها؟

الفصل الأول

مفهوم جمعيات حماية المستهلك
وعلاقتها بالهيئات الأخرى

إن حركات المستهلكين، خاصة جمعيات حماية المستهلك، هي التي دفعت و ضغطت على المشرع في الدول الصناعية لسن تشريعات جديدة ومتخصصة في الحماية و الدفاع عن حقوق المستهلكين. و لهذا فإنه قبل أن نحاول تحديد مفهومها، يجدر بنا أن نتحدث عن ظهورها ونشأتها في هذه الدول ومن ثم ظهورها في الدول النامية و بالتحديد في الجزائر.

و لتحديـــد مفهوم جمعيات حماية المستهلك فإننا نجد أنفسنا مجبرين على تحديد ثلاثة مفاهيم، ألا وهي :

- الجمعية أولا
- الحماية ثانيا
- المستهلك ثالثا

و حتى نتمكن من ذلك ، فيجب تعريف الجمعية و كيفية نشأتها ، ثم تعريفها كشخص معنوي ، ثم تعريف الحماية التي تقوم بها هذه الجمعيات ، وأخيرا تعريف المستهلك ، ثم المهني الذي يعتبر الطرف الثاني في الحماية و الذي تعمل في مواجهته جمعيات المستهلكين.

كما سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى علاقة جمعيات حماية المستهلك ببعض الهيئات العاملة في نفس المجال، لأنه بطبيعة الحال لن تستطيع جمعيات حماية المستهلك أن تعمل بمعزل عنها كما أنها لن تستطيع بلوغ هدفها دون تعاون ودعم و مشاركة جميع الأطراف خاصة القريبة منها هذا من جانب، ومن جانب آخر نتطرق لعلاقتها بالسلطات العمومية من أدنى مستوياتها إلى أعلاها، لأن هذه الأخيرة تشارك بشكل فعال في تحقيق هدف الجمعية وتعمل معها في نفس الإطار.

و عليه سنقسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية:

- **المبحث الأول** : ظهور جمعيات حماية المستهلك
- **المبحث الثاني** : مفهوم جمعيات حماية المستهلك
- **المبحث الثالث** : علاقة جمعيات حماية المستهلك بالهيئات الأخرى

المبحث الأول:

ظهور جمعيات حماية المستهلك

إن حركات حماية المستهلك أول ما ظهرت كانت في الدول الصناعية، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية و على رأسها " رالف نادر *Ralph Nader*" و التي تقوم بالامتناع عن شراء المنتجات والتنديد بغلاء المعيشة [1].

و في الثلاثينات ظهرت جمعيات المستهلكين، ولاحقا في الخمسينات والستينات من القرن العشرين، تكونت في فرنسا و إنجلترا و غيرها من الدول[2]، وكان ذلك بسبب تطور أساليب الإنتاج والتسويق والتوزيع، و الذي أدى إلى تزايد فرص المخاطر التي تصيب المستهلكين في أرواحهم وأموالهم. وكان من الطبيعي أن تنتقل الخطورة إلى الدول النامية بما فيها الدول العربية خاصة الجزائر لانفتاحها على الأسواق العالمية، وما زاد الأمر خطورة نقص الوعي لدى المستهلك في هذه الدول وغياب شروط النظافة و الصحة فيها.

و إن كانت الإمارات العربية تعد أول دولة عربية تنشأ بها جمعية لحماية المستهلك[3]، إلا أن هذه الجمعيات تنتشر في غالبية الدول العربية بما فيها الجزائر.

وعليه، فبعد هذه اللمحة الموجزة عن ظهور جمعيات حماية المستهلكين في دول العالم، فإننا ارتأينا أن نخصص دراستنا ونحصرها في ظهورها في فرنسا كمثال على الدول الصناعية ثم الجزائر، و ذلك من خلال المطلبين التاليين:

- **المطلب الأول:** ظهور جمعيات حماية المستهلك في فرنسا .
- **المطلب الثاني:** ظهور جمعيات حماية المستهلك في الجزائر.

---

[1] – مركب حفيزة- الحماية التشريعية للمستهلك في ظل جودة المنتوج و الخدمة- رسالة ماجستير- كلية الحقوق- جامعة الجزائر 2002- ص 72

[2] – الدكتور عبد اللطيف البارودي- حماية المستهلك (المفاهيم و الواقع الراهن و المؤشرات المستقبلية) جمعية العلوم الاقتصادية سوريا معلومة متحصل عليها يوم 04 جوان 2003 بحث في http//mafhoun.com/syr/articles/Baroudi/4.htm

[3] – صلاح عمر الشيخ – جريدة البيان – دولة الإمارات العربية المتحدة – دبي – الثلاثاء 20 أفريل 1999 معلومة متحصل عليها يوم 09 جوان 2003 : http//www.albayan.co-ae/albayan/1999/4/20/mh/4htm

المطلب الأول:

ظهور جمعيات حماية المستهلك في فرنسا.

إن تخصيصنا الدراسة لفرنسا دون بقية العالم يرجع أساسا لتطور حركة الدفاع عن المستهلكين فيها، بحيث تعتبر من الدول الصناعية الرائدة في هذا المجال، ونشاط جمعيات حماية المستهلك كثيف فيها والتي لم تكن سوى نتيجة لتعاونيات المستهلكين.

و عليه سنتناول في هذا المطلب فرعين أساسيين :

- **الفرع الأول** : التعاونيات الاستهلاكية
- **الفرع الثاني** : جمعيات المستهلكين

الفرع الأول : التعاونيات الاستهلاكية

إن أولى حركات الدفاع عن المستهلكين في فرنسا لم تظهر في بادئ الأمر في شكل جمعيات ، حيث أنها اتخذت أشكالا عدة قبل أن تتطور وتتهيكل في صورة جمعية ، و قد كانت عدة مبادرات شكلت في فرنسا تهتم بالدفاع عن المستهلكين بمن فيهم مرتفقي الخدمة العامة.

فقبل القرن التاسع عشر، لم تشكل الحركة الاستهلاكية موضوع أي تنظيم، و في منتصف القرن العشرين ظهر ما يسمى بالتعاونيات الاستهلاكية (Coopératives des Consommateurs)، و تعّرف هذه التعاونيات عل أنها : " تجمعات تتأسس بين مستهلكين لتوفير نشاط نظامي في مواجهة المؤسسات الرأسمالية". وهذه التعاونيات تقوم بالبيع لأعضائها السلع و المنتجات التي تشتريها، ولكن تبيعها بأبخس الأثمان مقارنة مع المؤسسات الرأسمالية لأنها لا تهدف إلى تحقيق ربح، فهي تلعب دور مؤسسات للتوزيع، و في هذا الإطار تجد نفسها في مواجهة المؤسسات الرأسمالية.

وحسب قانون 07 ماي 1917، فإن التعاونيات الاستهلاكية هي شركات مدنية أو غير مسماة برأسمال ثابت، يكون هدفها البيع للمنخرطين فيها المنتجات الاستهلاكية التي تشتريها إما بنفسها أو بالاتفاق فيما بينها[1]. غير أنه في واقع الأمر فإن هذه التعاونيات لم تكن تبيع فقط للمنخرطين فيها أو أعضائها، وإنما لكل شخص يريد الشراء، كما أنها كانت في غالب الأحيان تبيع سلع ومواد غذائية، لكن يمكن أن يتعدى نشاطها لمنتجات و سلع أخرى (ألبسة، كتب، ...).

على أنه، و إن كانت التعاونيات الاستهلاكية مهدت السبيل نحو ظهور حركة الدفاع عن المستهلكين، إلا أنها في العشرين سنة الأخيرة عرفت صعوبات جمة جعلتها تقترب أكثر فأكثر من المؤسسات الرأسمالية بسبب تخريب آلة التوزيع(الأزمة الاقتصادية لسنة 1929). ولهذا فالعديد منها اختلت ميزانيته، و أما التي استطاعت أن تقاوم فقد تطورت إلى جمعيات لحماية المستهلك.[2]

و قبل التطرق لهذه الأخيرة، يمكن القول أن التعاونيات الاستهلاكية لا تهدف بشكل واضح ومباشر للدفاع عن المستهلكين وحماية حقوقهم، و إنما يمكن استنتاج ذلك من حيث أنها تساعد المستهلكين في الحصول على المواد و السلع بأسعار تناسبهم، إذن يمكن القول أنها تحمي المستهلكين من غلاء الأسعار التي تفرضها المؤسسات الرأسمالية، و لا يتعدى دورها لأكثر من ذلك كما سنرى في الجمعيات.

---

[1] – أنظر في التعاونيات الاستهلاكية في فرنسا :

-Jean Calais–Auloy et Frank Steinmetz Droit de consommation-Edition DALLOZ-1996 P 20.

[2]– Philipe Brun et Hélène Claret : Institution de la consommation et organisme de défense des consommateurs – Juris Classeur « Concurrence et consommation » - Fascicule 1200-20 Edition 1998 page 04.

الفرع الثاني: جمعيات المستهلكين

من الصعب التحديد بدقة متى ظهرت أولى جمعيات حماية المستهلك، وإن كانت الحركة الجمعوية بصفة عامة عرفت تطورا بعد صدور قانون 1901 المنظم للجمعيات وهو ما أدى إلى ظهور جمعيات حماية المستهلك.

ففي الطبعة الرابعة لدروسه في الاقتصاد السياسي لسنة 1919، ذكر Charles Guide عدة جمعيات من هذا النوع، من بينها:

- «La société da l'aliment pur» التي تهدف لحماية المستهلك من تسممات المواد الغذائية.
-«La ligue française des consommateurs» التي تهدف إلى تجميع المصالح المتفرقة للمستهلكين.

و بعد ذلك كانت هناك مبادرة على نطاق واسع تمثلت في إنشاء الفدرالية العامة للمستهلكين (La confédération générale des consommateurs) سنة 1927 التي كانت تعمل على توحيد مختلف التجمعات و التنظيمات العاملة في مجال حماية المستهلك.

إذن، فظهور جمعيات حماية المستهلك لم يتم إلا في وقت حديث، و قد تطورت بفضل أهميتها ونشاطها، و هي تخضع كباقي الجمعيات لقانون 1901. و هي في الأصل لا تهدف إلى تحقيق ربح، ويتمثل نشاطها أساسا في الإعلام و الدفاع عن المستهلكين بشتى الوسائل المتاحة لها.

فيمكن القول إن جمعيات المستهلكين في فرنسا تنقسم بصفة عامة إلى أربع تيارات كبرى هي: جمعيات عائلية، التعاونيات، النقابات و الجمعيات الاستهلاكية، هذه الأخيرة التي تعد موضوع دراستنا لأن هدفها الوحيد هو الدفاع عن المستهلكين بصفة عامة.كما أنه في فرنسا تقسم جمعيات الدفاع عن المستهلكين باعتبار مجال نشاطها إلى فسمين: الجمعيات الوطنية و الجمعيات المحلية.

أولا: الجمعيات الوطنية

منذ 1986 ظهرت العديد من الجمعيات الوطنية التي يضم مجال عملها كامل التراب الفرنسي، و لا يقتصر على إقليم محدد. و تمثل الجمعيات الوطنية في فرنسا نماذج واسعة لتطور الوعي و التفكير في مجال السياسة الاستهلاكية، وجميعها معتمدة، كما أنها تستفيد من إعانات مالية و مادية من طرف الوزارة المكلفة بالاستهلاك. و من أمثلة الجمعيات الوطنية لحماية المستهلك في فرنسا نجد :

-Association d'étude et consommation (ASSECO-CFDT) التي أنشأت سنة 1981.

-Association fédérale des nouveaux consommateurs (ANC) التي أنشأت سنة 1975 ، وتهتم خصوصا بتوعية صغار المستهلكين ، و هي في حقيقتها تمثل اتحادا للجمعيات.

- Association force ouvrière consommation (AFOC) أنشأت سنة 1974

غير أن أهم هذه الجمعيات الوطنية هي الاتحاد الفدرالي للمستهلكين «L'union fédérale des consommateurs» (UFC) الذي أنشأ سنة 1951 و الذي يمثل تجمع مهم في مواجهة المنتجين والموزعين وكذا السلطات العمومية من أجل ترقية وتمثيل مختلف مصالح المستهلكين، وهو يقوم في إطار نشاطه بتوزيع المجلة الشهيرة ماذا تختار *(Que choisir)*.

و تتمثل موارد هذه الجمعيات في اشتراكات أعضائها إضافة إلى الأرباح التي تحققها من مبيعات منشوراتها و كذا الإعانات التي تقدمها الدولة. و يوجد في فرنسا حاليا حوالي 19 جمعية وطنية معتمدة وهي نفسها العضوة في المعهد الوطني لحماية المستهلك[1].

---

(1)- أنظر في قائمة جمعيات المستهلكين في فرنسا :

-Philipe Brun et Hélène Claret – précité- page 6-9

- Mémento pratique – Droit des affaires – concurrence consommation 2002 avec la collaboration de Denis Rddon – Edition français le febre 2001 –page 53

ثانيا : الجمعيات الإقليمية

تمثل الجمعيات الإقليمية أو المحلية تجمعات على مستوى محلي، و هي في غالب الأحيان إما إقليمية، محلية أو جهوية تضم عددا من المحافظات، وإن كان أغلبها عضو في جمعيات وطنية، كما أن معظمها يستفيد من الاعتماد.

ويمكن للجمعيات الإقليمية، مثلها مثل الجمعيات الوطنية، أن تستفيد من إعانات من طرف السلطات العمومية، و التي تكون هنا ممثلة إما في البلدية أو في المحافظة، كما يمكن أن تقدم من طرف المديرية الجهوية للمنافسة و الاستهلاك و قمع الغش.

كما أن الجمعيات الإقليمية غالبا ما تتجمع على المستوى الجهوي في شكل ما يعرف بالمراكز التقنية الجهوية للاستهلاك «Centres techniques régionaux de la consommation» (CTRC)، و يتمثل دور هذه الأخيرة في أنها تمنح للجمعيات العضوة فيها كل الوسائل التقنية التي من شأنها مساعدتها على تطوير نشاطها الخاص. و يوجد في فرنسا حاليا حوالي 22 مركزا من هذا النوع، ومن أمثلتها[1]: CTRC.ALSASSE و CTRC.AQUITTAINE . وهذه المراكز تعتمد في مواردها العامة، مثلها مثل الجمعيات، على اشتراكات أعضائها وكذا المساعدات الممنوحة من طرف الدولة.

---

[1]– أنظر عدد المراكز التقنية للاستهلاك بفرنسا

- Philipe Brun et Hélène Claret – précité- page 8-9
- Mémento pratique – précité – page 54

المطلب الثاني :

ظهور جمعيات حماية المستهلك في الجزائر

إن ظهور جمعيات حماية المستهلك في الجزائر كان تكريسا لمبدأ دستوري، هو مبدأ حرية إنشاء الجمعيات بصفة عامة ، و تطبيقا لذلك ظهرت قوانين ونصوص تطبيقية تنظم الجمعيات بصفة عامة ، و لعض النصوص أو لنقل المواد الخاصة بجمعيات حماية المستهلك.

غير أنه ، على أرض الواقع ، فالمستهلك الجزائري بعيد عن فكرة التكتل في جمعية، ويعود ذلك لأسباب عدة :اقتصادية ، ثقافية ، اجتماعية وغيرها. لذلك فتواجدها قليل جدا.

على هذا الأساس فإننا نتناول في هذا المطلب فرعين أساسيين:

- **الفرع الأول**: الإطار التشريعي لجمعيات حماية المستهلك.
- **الفرع الثاني**: مدى التواجد الفعلي لهذه الجمعيات على أرض الواقع.

الفرع الأول : الإطار التشريعي لجمعيات حماية المستهلك.

ينص دستور 28 نوفمبر 1996 في مادته 41 على ما يلي: "**حرية تسيير و إنشاء الجمعيات والاجتماع مضمون للمواطنين**".كما جاء في المادة 43 منه: "**حق إنشاء الجمعيات مضمون، تشجع الدولة ازدهار الحركة الجمعوية، يحدد القانون شروط و كيفيات إنشاء الجمعيات**".

هذين النصين يكرسان مبدأ أساسيا، ألا وهو حرية إنشاء الجمعيات في جميع الميادين والمجالات بما فيها تلك التي تعمل في مجال حماية المستهلك.و تأكيدا لهذا المبدأ الدستوري صدرت عدة قوانين تنظم الجمعيات بصفة عامة.

و إن كانت جمعيات حماية المستهلك كغيرها من الجمعيات تعد حديثة النشأة، على الرغم من أن الأساس القانوني لوجودها كان سنة 1987 بصدور قانون 87-15 المؤرخ في 21 جويلية 1987 المتعلق بالجمعيات، و الذي كان يهدف حسب المادة الأولى منه إلى تحديد الإطار الذي تمارس فيه حرية إنشاء الجمعيات.

و لعل أهم ما يعاب على هذا القانون هو اشتراطه لضرورة الاعتماد المسبق للاعتراف بالجمعية قانونا، و قد تلاه المشرع الجزائري بمرسوم رقم 88-16 المؤرخ في 02 فيفري 1988 المتعلق بكيفيات تطبيق قانون 87-15 و يضبط الأحكام القانونية الأساسية المشتركة بين الجمعيات.

و ربما بسبب شرط الاعتماد المسبق، فإن جمعيات حماية المستهلك لم يتأكد ظهورها إلا بعد صدور قانون 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات والذي يحدد كيفيات تكوين الجمعيات بصفة عامة وتنظيمها وعملها. هذا القانون ألغى شرط الاعتماد مما سهل بشكل كبير تشكيل الجمعيات، وأكد مبدأ حرية إنشائها.

غير أن ما تجدر الإشارة إليه بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة قد أشار لها المشرع قبل ذلك في قانون 89-02 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك، و ذلك في مادته 12 التي تشير إلى حق هذه الجمعيات في الدفاع عن حقوق المستهلكين عن طريق رفع الدعاوى.

و عليه فالمشرع من خلال ما سبق يكون قد أعطى التأشيرة الرسمية لجمعيات حماية المستهلك للتدخل الكامل في الحياة الاقتصادية والاجتماعية للدفاع عن المصالح الأساسية للمستهلكين، فوجودها كان ضرورة ملحة لا بد من تجسيدها على أرض الواقع خاصة بدخول الجزائر اقتصاد السوق المفتوح وتفتحها عل الأسواق الخارجية.

الفرع الثاني: مدى التواجد الفعلي لجمعيات حماية المستهلك على أرض الواقع

بالنسبة للوجود الفعلي لجمعيات حماية المستهلك، فإنه ميدانيا نحصي حوالي 40 جمعية[1]، مهمتها الدفاع وترقية المستهلك، وهي متواجدة تقريبا على كامل الترتب الوطني وعبر مختلف الولايات، ومن أمثلتها:

-جمعية الأمان لحماية المستهلك بولاية الأغواط التي تضم حوالي 80 عضوا، وهي جمعية نشطة تقوم بإصدار نشرية تسمى "وعي المستهلك" و التي نشير إليها أكثر حين دراستنا لدور الجمعيات في إعلام المستهلك.

-كما نجد جمعية حماية و ترقية المستهلك لولاية بسكرة التي أنشأت سنة 1997 و تضم 100 عضو.

-ومن أقدم هذه الجمعيات في الجزائر: جمعية حماية و الدفاع عن المستهلك لولاية سكيكدة التي أنشأت سنة 1989، وكذلك تلك المنشأة بولاية معسكر سنة 1989

وإن كانت جمعية حماية المستهلك لولاية تيارت تعد أقدم هذه الجمعيات، حيث ظهرت إلى الوجود سنة 1987[2]. و توجد العديد من جمعيات حماية المستهلك في مختلف الولايات: قسنطينة، عنابة...إلخ. وجل هذه الجمعيات يعد جمعيات محلية، لا يتعدى مجال نشاطها إقليم الولاية أو عدد من بلديات نفس الولاية.

على أنه في الجزائر نجد جمعية وطنية واحدة، و هي تلك المتواجد مقرها بولاية البليدة و المسماة " جمعية حماية المستهلك"، و قد تم اعتمادها بقرار وزاري رقم 14 في 23 مارس 1994[3]، و باعتبار مجال عملها وطني فهي تعمل على إنشاء مكاتب فرعية لها في كامل التراب الوطني. و للإشارة فإنه وحدها الجمعيات الوطنية يمكنها الانضمام إلى جمعيات دولية تتبع نفس الهدف (المادة 21 قانون 90-31).

---

(1) – أنظر الملحق رقم 2

(2)- M Kahloula et C.Meckemcha –la protection de consommateur en droit algérien 2eme partie – revue IDDARA- n °1 volume 06/1996 page 56.

(3)- الجريدة الرسمية العدد 06

في الأخير يمكن القول أن حركة جمعيات حماية المستهلك في الجزائر لا تزال في بدايتها بالنظر إلى عدد الجمعيات الموجودة على مستوى الوطن، فالعدد قليل و قليل جدا نسبة إلى مجموع المستهلكين في الجزائر، وبالنظر للمخاطر المتزايدة التي تهدد صحة و أمن المستهلكين. و بالمقارنة مع الدول الصناعية خاصة فرنسا، فإننا نجد الفارق مذهل و خطير في الحركة الجمعوية في مجال حماية المستهلك.

على الرغم من أن الحاجة لوجود هذه الجمعيات أكثر حدة في الجزائر خاصة و أن فرص المخاطر تزداد بنقص الوعي لدى المستهلك نفسه، و هو الواقع الذي يعيشه المستهلك الجزائري دون شك كغيره من المستهلكين في الدول النامية، إضافة إلى الارتفاع الفاحش للأسعار خاصة في المواد الأساسية، مما يدفع المستهلك إلى البحث عن الثمن القليل بغض النظر عن نوعية و جودة المنتج الذي يقتنيه، و هو بذلك يعرض سلامته و أمنه لخطر قد يودي بحياته.

ضف إلى ذلك، فإن التواجد الفعلي لجمعيات حماية المستهلك و جعلها قوة ضاربة في مواجهة المهنيين، لا يكون إلا بانضمام عدد كبير من المستهلكين إليها، الأمر الذي يغيب تماما، حيث نلاحظ أن الكثير من الجمعيات الموجودة لا تشمل سوى الأعضاء المؤسسين و ما يزيد عن ذلك بقليل، كجمعية "جمعية حماية المستهلك" لولاية باتنة، و كذا الأمر بالنسبة لجمعية بجاية و غيرها من الولايات.

و ربما يرجع ذلك إلى أن المستهلك الجزائري بعيد كل البعد عن التفكير في الانضمام إلى جمعية تهتم بالدفاع عن مصالحه و توعيته بحقوقه، و ربما يرجع ذلك بدوره إلى ضعف نشاط هذه الجمعيات و نقص الكفاءات و الإمكانيات لديها مما يعيق عملها و يفقدها ثقة المستهلك.

إذن يمكن القول أن وجود جمعيات حماية المستهلك في الجزائر مازال بعيدا عن الواقع، و هو ما يقلل من فعاليتها مما يضر بشكل مباشر بالمستهلك الذي يبقى وحيدا يصارعه المخاطر الناجمة عن ما يعرضه المهني من سلع و منتجات.

المبحث الثاني :

مفهوم جمعيات حماية المستهلك

حتى نعطي مفهوما لجمعيات حماية المستهلك، فإنه يجب قبل كل شيء تعريف الجمعية بصفة عامة، أي كيف تنشأ ؟ و إن كنا سوف نرى أنها تنشأ على أساس تعاقدي فكيف يتم هذا العقد ؟ كما أن الجمعية أيضا شخص معنوي ، فكيف تكتسب الشخصية القانونية؟ أي كيف تتأسس الجمعية قانونا؟ وسنعتمد في ذلك كله على القواعد العامة المطبقة في هذا المجال، مع محاولة الربط دائما مع القواعد الخاصة الموجودة في قانون الجمعيات.

كما أنه يجب تعريف و حصر المقصود بحماية المستهلك، بإعطاء تعريف خاص للحماية ثم تعريف خاص للمستهلك، هذا الأخير الذي يعد حجر الأساس لوجود هذه الجمعيات، ثم تعريف المهني الذي يعد الطرف الثاني في الحماية.

و عليه سنحاول من خلال هذا المبحث الإجابة على الأسئلة التالية:

- كيف ينشأ عقد الجمعية؟
- متى تكتسب الجمعية الشخصية القانونية؟
- ماذا نقصد بالحماية؟
- من هو المستهلك و من هو المهني ؟

و سنحاول الإجابة على هذه الأسئلة من خلال المطالب التالية:

- المطلب الأول: تعريف الجمعية كعقد.
- المطلب الثاني: تعريف الجمعية كشخص معنوي.
- المطلب الثالث: مفهوم حماية المستهلك.

المطلب الأول: تعريف الجمعية كعقد

إن كلمة جمعية في حد ذاتها تعني تجمع عدد من الأشخاص، و خلال هذا التجمع و الالتقاء يتم الاتفاق على جميع النقاط التي تساهم في تحقيق الهدف المرجو منه. و عندما نتحدث عن هذا الاتفاق نعني مباشرة العقد الذي يمثل الصورة النظامية لجل الاتفاقات، و الذي يسمح بتجسيد إرادة الأشخاص.

و علية فالجمعية لا يمكن أن تنشأ إلا على أساس تعاقدي و إن كان هذا العقد يخضع مبدئيا للقواعد العامة المطبقة في هذا المجال، إلا أنه يتميز بعدة خصوصيات نظرا لطبيعته و هدفه.و هو ما سنوضحه عند دراسة الفروع الثلاثة الآتية :

- o الفرع الأول: تعريف عقد الجمعية
- o الفرع الثاني: الرضا في عقد الجمعية
- o الفرع الثالث: المحل و السبب في عقد الجمعية

الفرع الأول: تعريف عقد الجمعية

يعرف قانون 90-31 الجمعية في مادته الثانية: " تمثل الجمعية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها، ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيون أو معنويون على أساس تعاقدي و لغرض غير مربح، كما يشتركون في تسخير معارفهم و وسائلهم لمدة محددة أو غير محددة من أجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي و العلمي و الديني و التربوي و الثقافي و الرياضي عل الخصوص، و يجب أن يحدد هدف الجمعية بدقة و أن تكون تسميتها مطابقة له."

و هذا التعريف يقترب إلى حد كبير من تعريف المشرع الفرنسي للجمعية في قانون 1901 المتعلق بالجمعيات في مادته الأولى[1].

---

[1] - Article 1 ère du lois de 1901 « L'association et la convention par la quelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun d'une façon permanente leurs connaissances ou leurs activités régie quand à sa validité par les principes généraux du droit applicable aux contrats et obligations.

و إن كان تعريف المشرع للجمعية في قانون 90-31 يختلف إلى حد ما عن تعريفه لها في قانون 87-15، و الذي حسب مادته الثانية :" الجمعية هي تجمع أشخاص يتفقون لمدة محددة أو غير محددة على جعل معارفهم و أعمالهم المشتركة فيما بينهم قصد تحقيق هدف معين لا يدر ربحا و يخضع هذا الاتفاق لأحكام القانون و كذا القوانين و الأنظمة الجاري العمل بها و كذلك قانونها الأساسي النموذجي المحدد عن طريق التنظيم و يجب أن يعين هدف الجمعية دون غموض و يكون اسمها مطابقا لها." هذا الاختلاف الذي سوف يتضح جليا عند الحديث عن كيفية تكوين عقد الجمعية.

و عليه، و من خلال ما سبق، فالمبدأ هو أن الجمعية هي قبل كل شيء عقد و هو ما يتضح من خلال عبارتي " اتفاقية" و " على أساس تعاقدي"، و إن كان المشرع الفرنسي أكثر دقة في هذا المجال.

و العقد حسب تعريف المشرع الجزائري في المادة 45 من القانون المدني الجزائري هو " اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص آخرين بمنح أو فعل أو عدم فعل شيء ما"(1). و إن كان هذا التعريف يتضمن الالتزام و العقد معا، فإن التعريف الأكثر دقة للعقد هو " توافق إرادتين أو أكثر على إحداث أثر قانوني أو هو تطابق إرادتين أو أكثر على إنشاء التزام أو نقله أو تعديله"(2).

إذن فإن عقد الجمعية كغيره من العقود يخضع للقواعد العامة المطبقة في هذا المجال مما يعني أنه يخضع أساسا لمبدأ الحرية العقدية، و الذي يتأكد من خلال نص المادة السادسة من قانون الجمعيات: " تنشأ الجمعية بحرية و إرادة أعضائها المؤسسين..." ، الذي تداخل مع مبدأ حرية إنشاء الجمعيات المشار إليها سابقا. فالأعضاء أحرار في تكوين أو إبرام عقد الجمعية أو عدم إبرامه، كما أنهم أحرار في تحديد شروط و آثار العقد بما في ذلك كيفية سير الجمعية، طبيعة و شروط ممارسة السلطات فيها، و هو ما يتأكد من خلال نص المادة 23 من قانون 90-31 التي تحدد محتوى القانون الأساس ، حيث يلاحظ أن المشرع ترك حرية كبير للأعضاء لوضع الشروط التي تناسبهم.

---

(1)- هذا النص منتقد بحيث سقطت من النص عبارة "في مواجهة شخص أو عدة أشخاص آخرين" و الأصح هو النص الفرنسي.

(2)- الدكتور العربي بلحاج –النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري الجزء الأول. التصرف القانوني (العقد و الإرادة المنفردة)–ديوان المطبوعات الجامعية–1992–ص 424.

كما أن عقد الجمعية كغيره من العقود يخضع لمبدأ سلطان الإرادة (المادة 06 من ق.م.ج)، ما يعني أنه لا يجوز تعديل العقد و نقضه أو إلغائه إلا باتفاق الأطراف أو للأسباب التي يقررها القانون. و هو ما قد يعنيه المشرع و ما قد نفهمه من خلال المادة 15 من قانون 91-31 التي تمنع كل شخص طبيعي أو معنوي من التدخل في عمل الجمعية، و كذا ما يتعلق بحل الجمعية بإرادة أعضائها (نصي المادتين 33 و 34 من قانون 90-31).

أولا : أطراف عقد الجمعية

بالنسبة لأطراف عقد الجمعية، فإنه طبقا لنص المادة الثانية السابقة الذكر، يمكن أن يكونوا سواء أشخاصا طبيعية أو أشخاصا معنوية بحتة، و تتحقق هذه الحالة خاصة في اتحادات الجمعيات التي تكون مشكلة فقط من جمعيات.

كما يمكن أن تتشكل من أشخاص طبيعية و أخرى معنوية، كأن تشترك بعض الشركات أو الهيئات مع بعض الأشخاص الطبيعية من أجل تأسيس جمعية[1]، و مشاركة الأشخاص المعنوية يعد ذا أثر إيجابي في غالب الأحوال على الناحية المالية للجمعية، لأن هذه الأشخاص المعنوية تكون عادة ذات قدرة مالية أكبر من الأشخاص الطبيعة، مما يساهم بشكل فعال في تنشيط و دعم الجمعية.

من ناحية أخرى، إذا كان الأصل أنه في جميع العقود يمكن إبرامها بين شخصين، فيثار التساؤل بالنسبة لعقد الجمعية: هل يكفي أن يتفق شخصان على إنشاء جمعية فيتم العقد بينهما.

يجيبنا المشرع الجزائري بأنه بالنسبة لعقد الجمعية، يجب أن يتم على الأقل بين 15 شخصا حيى يعتد به، وهو ما نستخلصه من المادة 06 من قانون 90-31 "تتكون الجمعية إثر جمعية عامة تأسيسية تجمع 15 عضوا مؤسسا على الأقل".

---

(1) – Claude Vallon .Association .Mode d’emploi. Edition Dunode -2001 –Page 03

و عليه لا يمكن أن تتأسس جمعية بين شخصين فقط، وربما يرجع ذلك حسب رأينا للطبيعة الخاصة لهذا العقد، كون محله تجميع جهود و نشاطات أكبر عدد ممكن من الأشخاص، لأن الغاية منه لن تكون خاصة بين أطراف العقد فحسب، وإنما تمس كل المجتمع حسب موضوع الجمعية.

على عكس المشرع الفرنسي الذي لا يشترط عددا معينا لإنشاء جمعية، بل يكفي أن يتفق على الأقل شخصان على إنشاء جمعية فيصبح لها وجود قانوني ويعتد بانعقادها[1]، وربما كانت غاية المشرع وراء ذلك هي تشجيع الحركة الجمعوية و دعم أكبر لمبدأ حرية إنشاء الجمعيات.

ثانيا: تصنيف عقد الجمعية

إذا ما أردنا تصنيف عقد الجمعية، فيمكن القول بدءا بأنه من العقود المسماة لأن المشرع الجزائري أورد الأحكام أو القواعد التي تنظمه في قانون 90-31.

كما أنه يعد من العقود التبادلية والملزمة للجانبين، ويتضح ذلك من خلال إشراك جميع الأعضاء في تسخير معارفهم وجهودهم من أجل تحقيق هدف الجمعية.

كما أنه يعد من العقود الرضائية أساسا، أي يكفي فيه التراضي على جميع عناصره الأساسية لقيامه، و هو ما يتأكد من نص المادة السادسة السابقة الذكر، بحيث لا يشترط إفراغ الاتفاق في شكل معين، إلا أنه في ظل قانون 87-15 كان المشرع يفرض إفراغ الاتفاق في نموذج للقانون الأساسي[2]. غير أن هذا الإفراغ لا يجعل من العقد عقدا شكليا، و إنما هو فقط إجراء تنظيمي من ناحية، و من ناحية أخرى له دور فيما يخص إثبات العقد في حالة وجود نزاع.

(1) - Gérard Sousi avec la collaboration pour le droit fiscal de Bernard Théven –Les associations – Dalloz de droit usuel .1985- page 25

(2)- أنظر الملحق رقم 03

و عليه، من خلال كل ما سبق ذكره، وجدنا أن الجمعية أصلا عبارة عن عقد، وهذا العقد يتجسد في القانون الأساسي للجمعية، والذي فرض المشرع على كل جمعية أن تضمنه بعض العناصر التي حددها المادة 23 من قانون 90-31 والتي من بينها: هدف الجمعية، طريقة تنظيمها، حقوق الأعضاء... إلخ.[1]

وما دامت الجمعية عقد، فإنه طبقا للقواعد العامة يشترط لقيام لأي عقد توافر أركانه الثلاثة من رضا ومحل و سبب، وأن تستوفي هذه الأركان شروط صحتها.

الفرع الثاني: الرضا في عقد الجمعية

ككل العقود، لابد أن ينشأ عقد الجمعية عن تراض بين أطرافها، وقد نص المشرع على ركن الرضا بصفة عامة في المادة 59 من ق.م :" يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما المتطابقتين دون الإخلال بالنصوص القانونية" ، و التي أتبعها بنصوص أخرى تبين كيفيات التعبير عن الرضا وكيفية إثباته وكذا ما يتعلق بشروط صحته،أي عيوب الإرادة وكذلك ضرورة صدوره عن ذي أهلية.

وعليه، بالنسبة للجمعيات بصفة و جمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة، فالرضا يتم بتطابق إرادات الأشخاص المؤسسين على جميع عناصر العقد خاصة فيما يتعلق بمحل وهدف إنشاء الجمعية.

إذا سنتناول في هذا الفرع النقاط الثلاث الآتية:

- **أولا:** التعبير عن الرضا
- **ثانيا:** صحة الرضا
- **ثالثا:** الأهلية

---

[1]- أنظر نص المادة كاملا من قانون 90-31.

أولا : الرضا

يمكن القول بصفة عامة أن التعبير عن الرضا بالنسبة لأطراف عقد الجمعية يتم عادة من خلال الجمعية التأسيسية، التي يتم فيها الاتفاق على كل ما يتعلق بإنشاء الجمعية والمصادقة على قانونها الأساسي (المادة 06 من قانون 90-31).

بالنسبة للأشخاص الطبيعيين، فقد يكون التعبير عن الرضا بصفة شخصية أو عن طريق النائب. ويتم التعبير عن الرضا طبقا للقواعد العامة الواردة في هذا المجال.[1]

أما فيما يخص الأشخاص المعنوية فإن التعبير عن إرادتها ورضاها يتم عن طريق ممثلها القانوني الذي تعينه أو يحدده القانون، كما هو الحال مثلا في اتحادات الجمعيات. ففي هذه الحالة فإن كل جمعية تمنح موافقتها عن طريق ممثلها، والذي يحدد عادة عن طريق قوانينها الأساسية. و يشترط أن يكون رضا الأشخاص المعنوية حقيقيا وفعليا أي مكتوبا، فلا يمكن للجمعية أن تخضع بإرادتها المنفردة في قانونها الأساسي كعضو صاحب حق أو كعضو شرفي هيئة عمومية لم تعطي بعد موافقتها.

وفيما يتعلق بإثبات الرضا، فغالبا مادام عقد الجمعية من العقود الرضائية فإنه لا يشترط تحرير رضا الأطراف في كتابة سواء رسمية أو عرفية، إلا أنه غالبا ما يتجسد الرضا في التوقيع على القانون الأساسي بالنسبة للأعضاء المؤسسين، وعلى وثيقة الانخراط بالنسبة للأعضاء المنخرطين ـــ وهو ما نصت عليه المادة 25 من قانون 90-31: "تكتسب صفة العضوية في أحد الجمعيات بتوقيع المعني على وثيقة الانخراط وتسلمه بيانا من الجمعية". وإن كان يمكن إثبات الرضا من خلال عناصر أخرى كالمشاركة الفعلية في نشاط الجمعية أو حضور الاجتماعات أو المداولات التي تعقدها.[2]

---

[1]- أنظر نصوص المواد من 59 إلى 62 من ق.م.ج الدكتور العربي بلحاج – المرجع السابق- ص 55 إلى 92

[2]- Guide de gestion RF. le guide des associations juridique, sociale, comptable, immobilier. Groupe revue fiduciaire –Paris 2001-P36. Gérard Sousi –précité-P26-27

ثانيا: صحة الرضا

حتى يعتد بالرضا لإنشاء العقد، فإنه طبقا للقواعد العامة يجب أن تتوفر فيه شروط صحته، أي أن يكون خاليا من أي عيب من العيوب التي قد تلحق الإرادة بما فيها الإكراه، الغلط، التدليس والاستغلال. وسوف نتحدث عن هذه العيوب باختصار لأنها ليست موضوع بحثنا.

فالغلط بوجه عام يقصد به وهم يقوم في ذهن الشخص يحمله على اعتقاد غير الواقع، بمعنى تصور غير الحقيقة. و حتى يعتد بالغلط كسبب لإبطال العقد يجب أن يكون جوهريا، ويعني ذلك أن يبلغ في تقدير المتعاقد حدا من الجسامة لو انكشف له لامتنع عن إبرام العقد (المادة $82/_2$ من ق.م). والمعيار هنا ذاتي، ومثال على ذلك إذا أبرم شخص عقد جمعية أو انخرط فيها على أساس أنها لحماية المستهلك ثم تبين له فيما بعد أنها جمعية تهدف لحماية البيئة مثلا، أو يشارك في تأسيس جمعية مع أشخاص معينين ثم يتبين له أنه أخطأ في شخص المتعاقدين الآخرين، فيمكنه أن يطلب إبطال العقد لصالحه و ذلك حسب المادة 81 من ق.م التي تنص: " يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله".

غير أن ما تجدر الإشارة هو أن لإبطال العقد للغلط يجب أن يشترك فيه المتعاقد الآخر، أي أن يكون على علم به أو كان بإمكانه العلم به.

أما فيما يخص التدليس، فيقصد به استعمال حيلة توقع المتعاقد في غلط يدفعه لإبرام العقد، و يسمى أيضا التغليط. ومن هنا نص المشرع الجزائري في المادة $86/_{01}$ من ق.م : "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم العقد".

و عليه يشترط في التدليس أن يشترك فيه المتعاقد الآخر، أو أن يكون على علم به إذا صدر من غيره، كأن يلجأ أحد الأشخاص بغرض تأسيس جمعية إلى استعمال حيلة لإيهام أشخاص آخرين ليشاركوا في الجمعية لأنها مثلا ستحقق لهم فوائد مادية فيكتشفون فيما بعد أنها غير ذلك.

---

(1)- الدكتور العربي بلحاج –المرجع السابق- ص من 100 إلى 137.

أما الإكراه فهو ضغط يتعرض له المتعاقد يولد في نفسه رهبة أو خوفا يحمله على التعاقد، و قد عرفه المشرع الجزائري في نص المادة 85/01 من ق.م:" **أنه الرهبة التي تبعث دون حق في نفس أحد المتعاقدين فتحمله على التعاقد**".

و عليه لا يمكن إجبار أي كان على تأسيس جمعية أو الانخراط فيها، وهو ما جاء في إحدى قرارات الغرفة التجارية لمحكمة النقض الفرنسية الصادر في 23 فيفري 1960:"من الطبيعي أنه لا يمكن إجبار أي كان على الانخراط في جمعية مهما كانت أهمية و نبل هدفها"، وهو ما أقرته محكمة باريس في قرارها في 27 أكتوبر 1965، من أن إرسال بطاقة العضوية في جمعية دون طلب مسبق من المرسل إليه يعد إكراها لأنه يعني ضغطا على الشخص للانخراط[1]. و عليه إن أثبت الشخص أن تأسيسه للجمعية أو انخراطه فيها كان تحت الإكراه، فإن له أن يطلب إبطال العقد شرط أن يكون متصلا بالأطراف الأخرى، أي صدر منها أو كانت تعلم به (نص المادة 88/03 من ق.م).

أما فيما يخص عيب الاستغلال، فيعرف أنه استغلال أحد المتعاقدين لحالة الضعف التي يوجد فيها المتعاقد الآخر للحصول على مزايا لا تقابلها منفعة لهذا الأخير، أو تتفاوت تفاوتا غير مألوف. و عليه من خلال نص المادة 90 من ق.م، يشترط لقيام الاستغلال عنصرين:

- الأول: التفاوت الجسيم بين الأطراف
- الثاني: يتعلق باستغلال أحد الأطراف لضعف في الطرف الآخر لتحقيق الامتياز.

فإذا أثبت شخص ما أنه شارك في تأسيس جمعية أو انخرط فيها لأن شخصا آخر استغل فيه ضعفه وأدى ذلك إلى تفاوت جسيم في الالتزامات، جاز له أن يطلب إبطال العقد.

على أن ما تجدر الإشارة إليه، أن بطلان رضا أحد الأشخاص لا يعني بالضرورة بطلان الجمعية، فيمكن أن تستمر الجمعية إذا كان رضا الأعضاء الآخرين متوافرا و كافيا لتأسيس الجمعية قانونا.

---

(1) – Gérard Sousi – précité – page 25-26

ثالثا : الأهليـــــة

حتى يعتد بالرضا كركن لقيام العقد، يجب أن يكون صادرا عن ذي أهلية. و الأهلية تعني القدرة أو الكفاءة لتحمل الالتزامات و التمتع بالحقوق، و يشترط في الأهلية أن تكون كاملة حتى تنتج أثرها القانوني.

و حسب المشرع الجزائري فإن الشخص تكتمل أهليته ببلوغه سن الرشد، و سن الرشد القانوني 19 سنة كاملة، دون أن يكون محجورا عليه أي متمتعا بقواه العقلية و دون أن يصيبه عارض من عوارض الأهلية ألا وهي: العته، الجنون و السفه (المادة 40 من ق.م) [1]. و عليه لا يمكن لناقص الأهلية، سواء لعدم بلوغه سن الرشد أو بلغ سن الرشد و هو سفيه أو مجنون، أن يشارك في تأسيس جمعية أو أن ينخرط فيها.[2]

و قد أكد المشرع الجزائري على ضرورة وجود أهلية كاملة لإبرام عقد الجمعية في المادة 04 التي جاء فيها: " يمكن لجميع الأشخاص الراشدين أن يؤسسوا أو يديروا أو يسيروا جمعية مع مراعاة أحكام المادة 05 من هذا القانون إذا توفرت فيها الشروط الآتية:

- أن تكون جنسيتهم جزائرية.
- أن يكونوا متمتعين بحقوقهم المدنية و السياسية.
- ألا يكونوا قد سبق لهم سلوك مخالف لصالح كفاح التحرر الوطني."

و قد رتب المشرع الجزائري على تخلف هذه الشروط، سواء كلها أو بعضها، بطلان عقد الجمعية بقوة القانون، و هو ما جاء في نص المادة 05/$_{01}$ من قانون 90-31:"تعد الجمعية باطلة بقوة القانون إذا لم تتوفر في الأعضاء المؤسسين الشروط المحددة في المادة 04 من هذا القانون."، مما يعني أن المشرع أضاف إلى القواعد العامة في الأهلية اشترط في الأعضاء المؤسسين للجمعية أهلية خاصة مشروطة بالعناصر السابقة، و جعل ذلك من النظام العام.

---

[1] – د/ العربي بلحاج- المرجع السابق – صفحة 96 إلى 100.
أنظر المواد من 24 إلى 45 من ق.م

[2] – Guide de gestion RF -précité- P 37-39

فقط، ما يمكن ملاحظته في هذا الصدد أن قانون 87-15 نص على أنه يمكن أن تفرض في الأشخاص شروط تتعلق بالأهلية التقنية نظرا لطبيعة الجمعية و أعمالها (المادة 08/07)، غير أننا لا نجد هذا النص في قانون 90-31، و يرجع ذلك على الأرجح إلى أن الأمر لا يحتاج إلى نص مادام أن الجمعية عقد، فمبدأ الحرية التعاقدية هو الذي يسري كما سبق الذكر، و أنه يمكن للأفراد أن يضيفوا الشروط التي تناسبهم دون الحاجة إلى نص من القانون على إمكانية ذلك

أما فيما يتعلق بأهلية الأشخاص المعنوية إذا أرادت المشاركة في تأسيس جمعية أو الانخراط فيها، فإنها تثبت لها بنص قانوني، و غالبا فإن اكتسابها للشخصية المعنوية يمنحها الأهلية للقيام بالتصرفات القانونية ، فمثلا بالنسبة للجمعية كشخص معنوي فإنها تكتسب الأهلية طبقا لنص المادة 06 فقرة 4 من قانون 90-31 التي جاء فيها: " تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية و الأهلية بمجرد تأسيسها طبقا للمادة 07 من القانون ، و يمكنها حينئذ أن تقوم بما يأتي :- تبرم العقود و الاتفاقات التي لها علاقة بهدفها."

الفرع الثالث: المحل و السبب

فيما يخص ركنا المحل و السبب، نرجع أيضا للقواعد العامة بداية مع الإشارة إلى بعض القواعد الخاصة التي جاءت في قانون 90-31

أولا: المحل

فيما يتعلق بركن المحل فقد تناوله المشرع الجزائري في المواد 90 إلى 96 من ق.م، و كقاعدة عامة يعرف المحل على أنه العملية القانونية التي اتفق الأطراف على تحقيقها من خلال العقد.(1)

(1)– تجدر الإشارة هنا إلى أن المشرع الجزائري في المواد المشار إليها يتحدث عن الالتزام و ليس محل العقد، أي ما تعهد به المدين.
الدكتور أحمد عبد الرزاق السنهوري–الوسيط في شرح القانوني المدني–نظرية الالتزام بوجه عام / مصادر الالتزام– دار النشر للجامعات المصرية 1952– ص 314 و ما يليها.

ومن خلال تحليل المواد السابقة يمكن القول أنه يشترط في المحل ثلاث شروط أساسية: أن يكون موجودا أو قابلا للوجود، وأن يكون معينا أو قابلا للتعيين، وأن يكون مشروعا.

وتطبيقا لما سبق، فإنه بالنسبة لمحل عقد الجمعية [1] بما فيها جمعيات حماية المستهلك هو ما جاء في المادة 20/02 من قانون 90-31 والتي تنص:" **كما يشتركون في تسخير معارفهم و وسائلهم لمدة محددة أو غير محددة**..."، ما يعني أن محل أي جمعية هو اشتراك الأعضاء في النشاطات وتسخير جهودهم ومعارفهم ، سواء كان ذلك لمدة محددة أو غير محددة لتحقيق هدف الجمعية.

وعليه يبدو واضحا أن شرط الوجود و التعيين في المحل متوفر قيما يخص محل عقد الجمعية. و فيما يخص شرط المشروعية الذي يعني كون المحل مطابقا للقوانين المعمول بها والنظام العام و الآداب، فيمكن القول أنه من الطبيعي أن يكون إنشاء جمعية مشروع في حد ذاته.

ثانيا : السبب

بالنسبة لركن السبب فقد تناول المشرع بعض أحكامه في المادتين 97 و98 من ق.م ، ويعرف السبب بصفة عامة بأنه الباعث الدافع للتعاقد و ليس السبب المباشر الذي هو التزام الطرف الآخر كما تعرفه النظرية التقليدية. ودون العودة لمفهوم السبب والنقاشات التي دارت حوله، فإنه يشترط فيه أن يكون موجودا ومشروعا.[2]

إذن فيما يخص عقد الجمعية بصفة عامة فالسبب فيه هو الهدف الذي أنشئت من أجله الجمعية، والذي يختلف من جمعية إلى أخرى، وهو ما قررته المادة 02/02 من قانون 90-31 : " ... **من أجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني و الاجتماعي و العلمي و الديني و التربوي و الثقافي و الرياضي على الخصوص**".

---

(1)- Gérard Sousi -précité – page 27-28

(2)- الدكتور أحمد عبد الرزاق السنهوري – المرجع السابق- ص 365 وما يليها

و تعدد و اختلاف الأهداف التي يمكن أن تنشأ الجمعيات لأجلها هو ما يسمح بتفرقتها عن النقابات المهنية التي تعد نوعا خاصا من الجمعيات، فهي تجمع أشخاص يعملون في نفس المهنة أو مهن متقاربة أو متماثلة كنقابات العمال، المحامين...، إلا أن الهدف الوحيد للنقابة هو الدفاع عن المصالح المهنية لأعضائها.[1]

كما تجدر الملاحظة أن المشرع أورد حكما خاصا فيما يتعلق بهدف الجمعية، فهو يشترط ألا يكون ماديا [2]، و يتضح ذلك من خلال عبارة "و لغرض غير مربح" الواردة في نص المادة 02/01، و ربما يرجع السبب في ذلك حسب رأينا إلى أن الجمعيات وجدت أصلا بهدف ترقية الأنشطة في جميع الميادين، و إذا ما خول للأعضاء تحقيق الأرباح ومن ثم اقتسامها فإنهم سوف يترحون إلى هذا الهدف المادي على حساب الهدف الرئيسي لأي جمعية، و الذي يمكن القول أنه هدف اجتماعي، تربوي، ثقافي، ...إلخ.

و الملاحظة الأولية على هذا النص أن المشرع حاول في قانون 90-31 حصر الأهداف التي يمكن أن تنشأ لأجلها الجمعية، وذلك على خلاف قانون 87-15 الذي ترك الباب مفتوحا لأي هدف وإن كنا نشاطر المشرع هنا لأنه بذلك يؤكد مبدأ حرية إنشاء الجمعيات في جميع الميادين.

كما أن الهدف غير المادي هو الذي يسمح بتفرقة الجمعية عن الشركة التي تهدف أساسا إلى تحقيق أرباح و اقتسامها.[3]

---

[1] – Sous la direction d'Elie Alfondarie et la coordination de Philipe Hernie Dutheil – Association-Edition Dallz Action-2000-page 12-15

[2]- Charles Debbash et jaques Bourdon – Les associations - Que sais je ?-Presse universitaire de France 1983 page 35.

[3]- أنظر المادة 416 من ق.م

تجدر الإشارة أنه بالنسبة للبعض فإن التفرقة بين الجمعية و الشركة أصبحت مائعة بالنظر إلى أن الشركة تهدف أيضا إلى تحقيق اقتصاد أو بلوغ هدف اقتصادي.

أنظر في التفرقة بين الجمعية و الشركة.

-Elie Alfondari et Philipe Hernie Dutheil – précité- p 15-17

-Claude Vallon –précité- P 10-11

-Charles Debbash et Jaques Bourdon –précité- P35-36

على أنه قد يطرح التساؤل حول هذا الهدف غير المادي للجمعية، ما إذا كان يمنع على الجمعية القيام بنشاطات تعود عليها بفائدة مادية، كبيع بعض المجلات مثلا أو تقديم بعض الخدمات ؟

يمكن القول أنه لا يمنع على الجمعية القيام بنشاطات تعود عليها بفائدة مادية ، و إن كانت غالبا هذه النشاطات تعد ثانوية مقارنة بالهدف الرئيسي، على أن الممنوع قانونا هو اقتسام هذه الأرباح بين الأعضاء، و هو ما يتأكد من خلال نص المادة 27 من قانون 90-31 " يمكن أن تكون للجمعية عائدات ترتبط بأنشطتها شريطة أن تستخدم هذه العائدات في تحقيق الأهداف المحددة في القانون الأساسي و التشريع المعمول به".

فهذه الفوائد تعد من الموارد المالية التي تساهم في نشاطات الجمعية، فمثلا بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك فإنه يمكنها القيام ببيع بعض المجلات، و لكن بشرط أن تستعمل الفوائد المتحصل عليها من ذلك في تحقيق الهدف الذي تعمل في إطاره، ألا و هو الدفاع و حماية حقوق المستهلك.

أما فيما يتعلق بشرط مشروعية السبب، فإنه و إن كان المشرع الجزائري يضع قرينة قانونية بسيطة على المشروعية، غير أنه في حال تخلف هذا الشرط فإن ذلك يؤدي إلى بطلان الجمعية بقوة القانون. و هو ما جاء في المادة 05 من قانون 90-31 والتي تنص " تعد الجمعية باطلة في الحالتين التاليتين: إذا كان هدف تأسيسها يخالف النظام التأسيسي القائم أو النظام أو الآداب العامة أو القوانين و التنظيمات المعمول بها". و هذا الحكم نفسه بالنسبة للتشريع الفرنسي في المادة الثالثة من قانون 1901 المتعلق بالجمعيات [1].

و مشروعية الهدف هي من النظام العام، مما يعني أنه يكون لكل صاحب مصلحة أن يطلب إبطال عقد الجمعية، كما يكون لأي جهة قضائية أن تثيره من تلقاء نفسها، و هو ما يتأكد من نص المادة 39 من قانون 90-31:" **يمكن أن يطرأ حل الجمعية بالطرق القضائية بناء على طلب السلطة العمومية أو شكوى الغير إذا مارست الجمعية أنشطة تخالف القوانين المعمول بها أو تكون غير واردة في قانونها الأساسي**".

---

(1)- Article 03 du lois 1901 : Toute association fondée sur une cause ou en vue d'un objet illicite, contraire aux lois , aux bonnes mœurs ou qui avait pour but porter atteinte à l'intégrité du territoire national et la forme républicain du gouvernement est nulle et de nul effet.

و عليه من خلال ما سبق فإنه بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك فإن محلها هو أن يشترك الأعضاء في المعارف و الأنشطة و تسخير جهودهم بهدف حماية المستهلك و الدفاع عن مصالحه بجميع الوسائل والطرق المتاحة. و الأكيد أنه هدف مشروع إن لم نقل ضروري و يمكن تصنيفه كهدف اجتماعي.

و تجدر الإشارة إلى أنه لا يختلف الأمر حول مشروعية المحل و السبب عند تأسيس الجمعية ثم انتفت عنه المشروعية أثناء ممارستها لنشاطها فالحكم واحد. كما أنه عندما تكون للجمعية أهداف أو مواضيع متعددة في إطارها، فإن الهدف الأساسي هو الذي ينظر في مدى مشروعيته، و إن كان المشرع يشترط أن يحدد هدف الجمعية بدقة.

المطلب الثاني: تعريف الجمعية كشخص معنوي

الشخص المعنوي بصفة عامة هو شخص قانوني تكون له شخصية مستقلة عن الأشخاص الطبيعيين المكونين له. و ينشأ الشخص المعنوي عادة عن تجمع أموال كما هو الحال في الشركة، أو تجمع أشخاص كما هو الحال هنا بالنسبة للجمعيات، و تمنح الشخصية المعنوية بناء على القانون و يترتب عن اكتسابها عدة آثار.

و عليه بالنسبة للجمعيات بصفة عامة و جمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة، فعلى الرغم من أنها تنشأ على أساسي تعاقدي بين أعضائها إلا أن ذلك لا يتعارض مع كونها شخص معنوي له شخصية مستقلة عن الأشخاص المتعاقدين المكونين لها، بل إن إعطائها الشخصية المعنوية هو من الضرورة لتحقيق الهدف الذي و جد من أجله هذا العقد.

و منح الشخصية المعنوية للجمعية بصفة عامة كان بموجب المادة 49 ق.م التي تنص " الأشخاص الاعتبارية هي : المؤسسات الاشتراكية و التعاونيات و الجمعيات و كل مجموعة يمنحها القانون الشخصية القانونية".

و طبقا للمادة 50 من نفس القانون:" يعين القانون الشروط التي يجب توفرها لتأسيس ... والمجموعات مثل الجمعيات و التعاونيات و اكتسابها للشخصية القانونية و فقدها". و هو ما تم فعلا بصدور قانون 90-31 المتعلق بالجمعيات ، حيث بموجب المادة 16 منه :" تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية والأهلية بمجرد تأسيسها طبقا لنص المادة 07 ".

و عليه نتناول في هذا المطلب فرعين رئيسيين:

- الفرع الأول: شروط اكتساب الشخصية المعنوية.
- الفرع الثاني: آثار اكتساب الشخصية المعنوية.

الفرع الأول: شروط اكتساب الشخصية المعنوية

تنص المادة 07 من قانون 90-31 على ما يلي:" تؤسس الجمعية قانونا بعد الإجراءات التالية:

1. إيداع تصريح التأسيس لدى السلطات العمومية المختصة المذكورة في المادة 10 من هذا القانون.
2. تسلم وصل تصريح التأسيس من السلطات العمومية المختصة خلال 60 يوما على الأكثر من إيداع الملف و بعد دراسة مطابقة لأحكام القانون.
3. القيام بشكليات الإشهار على نفقة الجمعية في جريدة يومية إعلامية واحدة على الأقل ذات توزيع وطني."

من خلال هذا النص، يمكن القول أنه حتى تتأسس الجمعية بصفة قانونية و بالتالي تكتسب الشخصية المعنية فإنه يجب أن تقوم بإجراءين أساسيين هما:

أولا: إيداع تصريح التأسيس من طرف أعضاء الهيئة القيادية المؤسسين لدى السلطات العمومية المختصة والتي حددتها المادة 10 من نفس القانون و هي:

-والي ولاية المقر للجمعيات التي يضم مجالها الإقليمي بلدية واحدة أو عدة بلديات في الولاية الواحدة.

-وزير الداخلية للجمعيات ذات الصبغة الوطنية أو المشتركة بين الولايات.

ثم تسلم وصل التصريح خلال 60 يوما من يوم الإيداع.[1]

كما أن المادة 08 من نفس القانون تلزم السلطة المختصة حسب الحالة بإخطار الغرفة الإدارية في المجلس القضائي المختص إقليميا إذا رأت أن تكوين الجمعية يخالف أحكام هذا القانون و سكوت الغرفة الإدارية عن الرد يعني تأسيس الجمعية قانونيا[2].

إضافة إلى ذلك، فإنه يجب إرفاق تصريح التأسيس بقائمة الأعضاء المؤسسين و أعضاء الهيئة القيادية ، و كذا نسختان مطابقتان للأصل من القانون الأساسي إضافة إلى محضر الجمعية العامة التأسيسية[3].

ثانيا: القيام بشكليات الإشهار على نفقة الجمعية في جريدة يومية إعلامية واحدة على الأقل ذات توزيع وطني ، و هو ما يعني أنه قبل الإشهار لا يعتد بالجمعية من الناحية القانونية ، و لكن هذا لا يمس بوجودها الفعلي طبقا للمادة 06 باعتبارها تنشأ على أساس عقد بين أعضائها ، و تسمى في هذه الحالة بالجمعية الفعلية [4]، و يمكنها أن تمارس نشاطها غير أنه لا يحتج بالجمعية أو بالأحرى بعقد الجمعية على الغير مما يعني أن كل عضو فيها يبقى مسؤولا بصفة شخصية عن التصرفات التي تكون مع الغير، و هذا ما يؤكد أن هذا الإجراء لإعلام و حماية الغير.

و عليه إذا استكملت جمعيات حماية المستهلك هذين الإجراءين يمكن القول أنها اكتسبت الشخصية المعنوية طبقا لنص المادة 16 السابقة الذكر.

و تجدر الإشارة إلى أنه قبل صدور قانون 90-31، أي في ظل قانون 87-15 المتعلق بالجمعيات، لم يكن يعترف بصفة قانونية بوجود الجمعيات بصفة عامة إلا بعد إجراء الاعتماد المسبق المنصوص عليه في المرسوم 88-16 المؤرخ في 02 فيفري 1988 و الذي يحوي كيفيات تطبيق قانون 87-15 و ذلك بالنسبة للجمعيات ذات الامتداد أو الصبغة الوطنية أو تلك التي تهدف إلى نشاط يدخل في ميدان يمكن أن تقوم به مصلحة عمومية[1]. و إلغاء شرط الاعتماد المسبق أكبر دليل على تأكيد مبدأ حرية إنشاء الجمعيات.

---

[1]– مركب حفيزة– المرجع السابق– ص 72

[2]– أنظر المادة 08 كاملة من قانون 90-31 المتعلق بالجمعيات.

[3]– أنظر المادة 09 من نفس القانون

[4]- Claude Vallon –précité- P16-18

أما بالنسبة للوضع في التشريع الفرنسي، فإنه لا يزال يشترط الاعتماد للاعتراف بالوجود القانوني للجمعية بما فيها تلك التي تضطلع بالدفاع و حماية المستهلك، و التي حددت إجراء اعتمادها من خلال المادتين 411 و 412 من قانون الاستهلاك الفرنسي و يمكن تلخيصها فيما يلي:

1 - لا يمنح الاعتماد إلا للجمعيات المصرح بها قانونا أي المستوفية لإجراءات التصريح.

2 - يشترط أن تكون جمعيات حماية المستهلك مستقلة عن أي نشاط مهني.

3 - يشترط أن يكون موضوع الجمعيات الوحيد هو الدفاع عن مصالح المستهلكين و حمايتهم.

4 - يجب أن يكون لها تمثيل واسع، و ذلك بأن تكون متواجدة على الأقل منذ سنة و أن يكون لها نشاط واضح في مجال حماية المستهلك، و أن ضم على الأقل 10000 عضو فيما يخص الجمعيات الوطنية[2].

و ما تجدر الإشارة إليه، أنه إذا كانت الجمعية شخص معنوي فهي من الأشخاص المعنوية التابعة للقانون الخاص، مما يعني بأنها تخضع لأحكام القانون الخاص في علاقاتها و تصرفاتها[3]، و هو ما لاحظناه مثلا في تطبيق قواعد القانون المدني على عقد إنشائها و كذا ما سنلاحظه عندما نتناول المسؤولية المدنية للجمعيات.

الفرع الثاني: آثار اكتساب الشخصية المعنوية

كما سبق تقديمه، فإن القانون يرتب على اكتساب الشخصية المعنوية، بما في ذلك جمعيات حماية المستهلك آثارا عدة عددها المادة 50 من ق.م، حيث جاء فيها:"يتمتع الشخص الاعتباري بجميع الحقوق إلا ما كان منها ملازما لصفة الإنسان و ذلك في الحدود التي يقررها القانون يكون له خصوصا:

- ذمة مالية
- أهلية في الحدود التي يعينها عقد إنشائها أو التي يقررها القانون
- موطن وهو المكان الذي يوجد فيه مركز إدارتها

---

[1] – أنظر نص المادة 80 من المرسوم الذكور و كذا نصوص المواد من 09 إلى 12 التي حددت إجراءات الاعتماد.

[2]- Claude Vallon –précité- P 24-26

[3]- Elie Alfondarie et Hérni Philipe Dutheil –précité- P 8-10

- نائب يعبر عن إرادتها
- حق التقاضي"

و هو ما أكدته المادة 16 من قانون 90-31: " تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية و الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها طبقا للمادة 07 من هذا القانون، و يمكنها حينئذ أن تقوم بما يلي:

- أن تمثل أمام القضاء...
- تمثيل الجمعية لدى السلطات العمومية
- تبرم العقود و الاتفاقات التي لها علاقة بهدفها
- تقتني الأملاك العقارية أو المنقولة مجانا أو بمقابل لممارسة أنشطتها..."

و عليه بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك يثبت لها ما يلي:

أولا: ذمة مالية مستقلة عن الذمة المالية لأعضائها المؤسسين.

ثانيا: أهلية في الحدود التي قررتها المادة 16 السابقة الذكر، و التي على أساسها يمكن للجمعية أن تبرم العقود و الاتفاقات باسمها الخاص، كما يمكنها أن تقتني باسمها و لحسابها أملاكا عقارية أو منقولة.

ثالثا: موطن، و هو المكان الذي يوجد فيه مقر أو مركز إدارتها، الذي يحدد عادة عن طريق القانون الأساسي للجمعية، و الذي يسمح بتحديد الجهات القضائية المختصة.

رابعا: نائب يعبر عن إرادتها، و ما لاحظناه هنا أن المشرع في قانون 90-31 لم يحدد من يمثل الجمعية و يعبر عن إرادتها و ترك ذلك لحرية الأعضاء، و ربما يرجع ذلك أيضا إلى تأكيد مبدأ الحرية التعاقدية؟، و هو ما يتضح من خلال نص المادة 14 من هذا القانون على خلاف قانون 87-15 الذي نص في مادته 20 على أن الرئيس هو الذي يمثل الجمعية في جميع أعمال الحياة المدنية خاصة ما يتعلق بتمثيلها أمام القضاء.

خامسا: يكون أيضا لجمعيات حماية المستهلك كغيرها من الجمعيات الحق في التقاضي عن طريق ممثلها كما سبق الذكر، سواء كانت مدعية أو مدعى عليها، خصوصا فيما يتعلق بحقوق الطرف المدني و ذلك أمام جميع الهيئات القضائية في حدود اختصاصها. و هو ما يتأكد

أيضا من خلال المادة 12 من قانون 89-02 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك التي تمنح لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع دعاوى أمام القضاء للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين.

سادسا: يكون للجمعية بصفة عامة و جمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة اسم و إن لم يشر إليه المشرع صراحة في آثار اكتساب الشخصية المعنوية، إلا أنه يمكن استنتاجه من نص المادة 02/$_{02}$ من قانون 90-31:"**يجب أن يحدد هدف الجمعية بدقة و تكون تسميتها مطابقة له**".و يختار اسم الجمعية من طرف الأعضاء المؤسسين شرط أن يكون مطابقا لهدف ونشاط الجمعية ، و يحدد في القانون الأساسي و يذكر كذلك عند إشهارها. و هو الذي يسمح بتفرقتها عن التجمعات الأخرى. و يتمتع بالحماية القانونية للاسم(1).

(1) – Charles Debbash et Jaques Bourdon –précité- P47-48

المطلب الثالث: مفهوم حماية المستهلك

حتى نعطي دراسة شاملة و واضحة عن جمعيات حماية المستهلك فإنه لا يكفي أن نعرف الجمعية فقط، و إنما يكون من الضروري أن نفهم أيضا موضوعها و هدفها و نحدد بالتالي المقصود من الحماية التي تقوم بها هذه الجمعيات، كما يجب أن نحاول أن نعطي مفهوما للمستهلك باعتباره حجر الأساس الذي تقوم وتعمل لأجله الجمعيات. إضافة إلى ضرورة تعريف المقصود بالمهني لأنه من ناحية هو طرف من أطراف الحماية، و من ناحية أخرى فهو الذي تعمل جمعيات حماية المستهلك في مواجهته. و تحديد هذه المفاهيم يسهل للقارئ فهم دور جمعيات حماية المستهلك، سواء ما تعلق بالإعلام أو رفع الدعاوى. و عليه سنقسم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع:

- الفرع الأول: مفهوم الحماية
- الفرع الثاني: مفهوم المستهلك
- الفرع الثالث: مفهوم المهني

الفرع الأول: مفهوم الحماية

هناك عدة محاولات من الفقهاء، نذكر منها مثلا تعريف *Lorence*:"حماية المستهلك هي المجهودات التي تبذل لوضع المشتري على قدم المساواة مع البائع،فالمستهلكون يرغبون في معرفة ما الذي يشترونه وما الذي يأكلونه، وما هي مدة صلاحية المنتج للاستهلاك،وما إذا كان المنتج آمنا في استخدامه للمستهلك وغير ضار بالبيئة إلى غير ذلك.فضلا على أن المستهلكين لا يريدون أن يخدعوا أو أن يغرر بهم".

كما يعرفها *George.S. Pay et Alter*:" أنها الأنشطة الموسعة للحكومة، و منشآت الأعمال و التنظيمات المستقلة التي تهدف إلى حماية الأفراد من التصرفات الضارة بحقوق المستهلكين، على أنه لا يقتصر مفهوم الحماية على ضمان حقوق المستهلكين قبل التجار و الصناع و مقدمي الخدمات، و إنما يمتد ليشمل حمايته قبل الحكومة ممثلة في كافة الجهات التي تسهر على تقديم الخدمات كالمستشفيات ومؤسسات المياه و الكهرباء...إلخ[1].

---

[1]- د/ العيد حداد –حماية المستهلك في ظل اقتصاد السوق- رسالة دكتوراه –كلية الحقوق-جامعة الجزائر-2000-ص 13-26

-د/ جمال النكاس –حماية المستهلك و أثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي-مجلة الحقوق-العدد 02- السنة 13-1989 –ص51-54

و يتضمن مفهوم حماية المستهلك العديد من الأمور التي تعد أساسية، و لعل أهمها و التي تمس موضوعنا هي: الاعتراف بأن هناك حقوقا لمستهلك السلعة أو الخدمة و التي تعد بمثابة ركيزة أساسية لابد أن تضمنها كل الجهات الحكومية و التشريعية و المنظمات الإنتاجية، و كذلك الجمعيات المختصة بحقوق المستهلك و حمايته من العبث بهذه الحقوق الأساسية مما يتبعها أثر سلبي على الصحة العامة للإنسان و كيانه الاجتماعي و النفسي، و تتمثل هذه الحقوق في:

- الحق في الاختيار بين السلع و بدائلها
- الحق في المعرفة و الحصول على المعلومات
- الحق في أن يستمع إليه في حالة الشكوى
- الحق في تعامل عادل لكل الأطراف.

فحماية المستهلك، و إن كانت منوطة بجميع الأطراف خاصة السلطات العمومية و الأجهزة الرسمية، إلا أنها تبرز أساسا من خلال دور المستهلك في حماية نفسه، سواء على المستوى الفردي أو على المستوى الجماعي في تكتله في شكل جمعيات تدافع عنه[1].

فمفهوم الحماية التي تقوم بها جمعيات حماية المستهلك يتضمن رفع درجة وعي المستهلك و تبصيره لاختيار ما يتناسب مع حاجاته و قدراته و يحقق له السلامة المادية و الجسمية، و ذلك من خلال الجهود و النشاطات التي تقوم بها، خاصة ما يتعلق بدورها في تحسيس و توعية المستهلكين، و كذا ما يتعلق بدورها الهام في رفع الدعاوى للدفاع عن المصالح و الحقوق الأساسية لهم.

و سوف لن نفصل في هذا الدور لأنه سيكون مناط دراستنا في الفصل الثاني من هذا البحث.

---

(1)- د/ العيد حداد – المرجع السابق- ص 25-26

الفرع الثاني: مفهوم المستهلك

إن مصطلح المستهلك هو في الأصل مصطلح اقتصادي، و يقصد به من هذه الناحية المستعمل النهائي للسلعة، أي ذلك الذي يشتريها لاستعمالها باستهلاكها و ليس من أجل الإنتاج الثاني ، فالمستهلك هو آخر حلقة من حلقات السلسلة الاقتصادية.

لكن مصطلح المستهلك دخل في اللغة القانونية، لذا كان من الواجب تحديد المقصود به من هذه الناحية. و إذا رجعنا للنصوص القانونية ، و أولها قانون 89-02 نجد أن المشرع لم يورد فيه تعريفا للمستهلك و أحال ذلك لتنظيم لاحق، و هو ما كان فعلا في المرسوم 90-39 المؤرخ في 1990/10/30 و المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش[1]، حيث تنص المادة $02/_{02}$:" **المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به**".

و ربما نتساءل هنا كيف يمكن إصدار قانون لا يتضمن مفهوم المصطلح الذي وضع على أساسه وبسببه، و هل كان لابد من انتظار قرابة سنة لكي نفهم قانون 89-02 على ضوء المرسوم 90-39؟

و ما تجدر الإشارة إليه أنه قبل تعريف المستهلك قانونيا كانت هناك عدة جهود و محاولات من جانب الفقه لإعطاء مفهوم واضح و دقيق لهذا المصطلح، و في هذا الإطار يمكن القول بوجود اتجاهين: الأول يعطي مفهوما موسعا للمستهلك، و الثاني يعطيه مفهوما ضيقا.

أولا: المفهوم الموسع

حسب المفهوم الموسع الذي أعطي للمستهلك فهو "كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بهدف استعمال و استخدام مال أو خدمة". و حسب هذا المفهوم فإن من يشتري جهازا للإعلام الآلي لاستعماله الشخصي (الاستفــادة من خدمــات الانترنــت مثلا) أو لاستعماله المهني (محل انترنت)، فإن هذا الجهاز

---

[1]- الجريدة الرسمية 05

يستهلك في الحالتين عن طريق الاستعمال، و بالتالي يعد الشخص مستهلكا. غير أنه لا يعد كذلك من يشتري أجهزة للإعلام الآلي بغرض إعادة بيعها لأنها في هذه الحالة لا تستهلك.

و عليه، فهذا الاتجاه يهدف إلى توسيع الحماية القانونية لتشمل المهني عندما يقوم بإبرام صفقات لأغراض مهنية كما هو الحال مثلا بالنسبة للمحامي عندما يشتري معدات خاصة بمكتبه.

و يجد أصحاب هذا الفكر أساسهم في المادة 35 من القانون الفرنسي الصادر في 10 جانفي 1978 المتعلق بالشروط التعسفية التي تخص العقود المبرمة بين المهنيين و غير المهنيين و المستهلكين، حيث أنه من خلال هذه المادة و كأن المشرع جعل غير المهني و المستهلك مفهوما واحدا، و غير المهني هو الذي يقتني سلعة أو يحصل على خدمة لاستعمالها في مهنة أو تجارة و ليس للاستفادة منها بإعادة بيعها على أساس نقص الخبرة لغير المهني مقارنة بالمهني الذي يعمل في نفس مجال السلعة أو الخدمة[1].

ثانيا: المفهوم الضيق

يعطي هذا الاتجاه للمستهلك مفهوما ضيقا بحيث يحصره في كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك لإشباع حاجته الشخصية أو العائلية، و عليه لا يعد مستهلكا من يتعاقد لأغراض مهنية و حاجات مهنته أو مؤسسته[2].

إذن بصفة عامة يمكن تعريف المستهلك كالآتي:" ذلك الشخص الذي يقوم بإبرام عقود مختلفة من شراء أو إيجار أو غيرها من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع أو خدمات و مواد و أغذية و أدوية لإشباع حاجاته الضرورية و الكمالية الآنية و المستقبلية، دون أن تكون له نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة بيعها و تسويقها كما هو الحال بالنسبة للمنتج و الموزع، و دون أن تتوفر لديه القدرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء و إصلاحها"[3].

---

[1]- د/ أحمد محمد محمد الرفاعي –الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي-دار النهضة العربية 1994 –ص 22

[2]- د/ موالك بختة-الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري-المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية و السياسية الجزء 37-رقم 20-1990-طبع الديوان الوطني للأشغال التربوية 2001 ص29-31.

– الأستاذ/ علي بولحية بن بوخميس –القواعد العمة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري-دار الهدى-2000-ص15-16.

[3]- د/ جمال الكناس-المرجع السابق-ص 46-49.

كما يمكن تحديد مفهوم المستهلك من خلال الخصائص الآتية:

أولا: المستهلك شخص طبيعي أو معنوي يبرم عقودا متكررة لإشباع حاجاته الفردية أو الأسرية أو تلك المرتبطة بحياته اليومية. و كون المستهلك شخص معنوي هو ما أخذ به القضاء الفرنسي فيما سبق في حكم الدائرة المدنية لمحكمة النقض الفرنسية، حيث ذكرت فيه أن شركة تجارية بوصفها مستهلك تستفيد من نصوص قانون 10 جانفي 1978 الخاص بحماية مستهلك السلع و الخدمات من الشروط التعسفية على أساس أن الشركة رغم أنها شخص معنوي إلا أنها أجنبية فيما يتعلق بالتقنية الخاصة بنظام الإنذار.

ثانيا: المستهلك يبرم العقود السابقة من أجل الانتفاع بها مباشرة، و ليس من أجل المضاربة بها عن طريق إعادة بيعها أو تسويقها، فكل شخص يعد مستهلكا لسلعة أو خدمة حتى و لو كان منتجا لسلعة أو مقدما لخدمة أخرى، فصانع الحليب هو منتج له، لكنه مستهلك للسيارة مثلا بغض النظر كما إذا كان آنيا أو مستقبليا[1].

ثالثا: المستهلك لا يتمتع بالقوة الفنية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة مما يجعله في موقف ضعف فيما يتعلق بالصيانة و الحذر مما يقتنيه.

و يمكن أيضا اعتماد تعريف لجنة تنقيح قانون الاستهلاك الفرنسية و الذي يعطي ثلاث عناصر لتحديد مفهوم المستهلك، و هي:[2]

العنصر الأول: أن المستهلك أولا هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحصل أو يستعمل، و عليه فالمستهلك يشمل أيضا الأشخاص المعنوية و لكن فقط التابعة للقانون الخاص و التي لا تؤدي نشاطا مهنيا، فجمعيات حماية المستهلك نفسها يمكن اعتبارها مستهلكا.

العنصر الثاني: هو ما يتعلق بالخدمات[3] أو السلع، وقد حدد المشرع الجزائري مفهوم كل من منها في المرسوم 90-39 السابق الذكر. فالمنتوج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوعا لمعاملات تجارية، أما الخدمة فهي كل مجهود يقدم ماعدا تسليم منتوج و لو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود أو دعما له.

---

(1)- السيد/ أحمد السيد عمران–حماية المستهلك أثناء تكوين العقود–دار النشر العربية (دون طبعه) –ص8-13.

(2)- Jean Calais – Auloy et Frank Steinmetz –précité- P4-6.

(3)- Michel Lercef -Droit des consommateurs et obligations des services publiques – préface de Jaque Moreau –Edition d'organisation 1999 Page 23-24.

العنصر الثالث: هو الهدف غير المهني من اقتناء السلعة أو الخدمة، أي الهدف الشخصي أو العائلي كشراء سيارة أو غذاء أو عقد إيجار مترل، ...إلخ.

بالنسبة للمشرع الجزائري، يمكن القول أنه جاء متناقضا حيث يأخذ بالمفهوم الضيق باقتصاره على المستهلك الذي يشبع حاجته الشخصية أو العائلية أو حيوان يتكفل به، و يخرج من إطاره من يتعاقد لأغراض و حاجات مهنته. كما يأخذ بالمفهوم الموسع بذكره للمستهلك الوسيطي، و هو الذي يتعاقد لأغراض مهنته و هو بالتالي يوسع من ناحية في مفهوم المستهلك، و يخرج من إطاره فقط الشخص الذي يتعاقد على منتوج أو خدمة من أجا إعادة بيعها أو لاستعمالها في إنتاج مواد أخرى.

الفرع الثالث: مفهوم المهني

لقد لاحظنا من خلال تعريف المستهلك أن هناك طرفا آخر في التصرفات التي يقوم بها هذا الأخير، وكان من الضروري إعطاء مفهوم لهذا الطرف المسمى"المهني"، خاصة و أن جمعيات حماية المستهلك تعمل في مواجهته، فهي تمثل رد الفعل لعمل المهني.

بادئا ذي بدء، فكلمة المهني لا تشمل المنتج فقط، بل تتوسع إلى المنتج الأول و الموزع و البائع، فالمهني إذن هو الطرف الآخر في عقد الاستهلاك، و يتحدد مضمونه من خلال المادة الأولى من قانون حماية المستهلك التي تبين مراحل عرض المنتج أو الخدمة، و هي تشمل جميع المراحل من طور الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي للاستهلاك قبل الاقتناء من طرف المستهلك، فكل متدخل في أية مرحلة من هذه المراحل يعتبر مهنيا.

كما تعرفه المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 ديسمبر 1990 والمتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات كما يلي: " **المحترف كل منتج أو صانع وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع، و على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك**".

فالمهني إذن، هو الذي يمارس نشاطا على وجه الاحتراف بغرض الحصول على ربح، و قد تكون الحرفة صناعية، تجارية، زراعية، فنية، مهنة حرة أو غير ذلك، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا تابعا للقانون العام أو الخاص.

و عليه يعد مهنيا، الشخص الذي يشتري بضائع لإعادة بيعها و من يقترض لأجل ترقية مؤسسته أو الشركة التي تشتري آلات لمصنعها، و كذا مؤسسة البريد و المواصلات باعتبارها شخصا معنويا تابعا للقانون العام، تعد مهنيا فيما يتعلق بالخدمات التي تقدمها لزبائنها[1].

على أنه يثور التساؤل الآتي: ما الحكم عندما يتصرف المهني خارج إطار مهنته؟ هل يعد مستهلكا، وبالتالي يستفيد من الحماية المقررة لهذه الفئة، خاصة الحماية التي تقوم بها جمعيات المستهلكين؟

يجب القول أن الحماية التي قررت للمستهلك إنما السبب الرئيسي فيها هو ضعف الموقف المالي والاقتصادي و التقني للمستهلك في مواجهة المهني ذو القدرة الاقتصادية و الخبرة التقنية، مما يجعله في إطار مهنته بعيدا عن التعرض للمخاطر و الأضرار. لكن المهني نفسه لا يمكن أن يكون خبيرا في جميع السلع والخدمات، فالصيدلي مثلا قد يتحكم بالمعرفة التقنية للأدوية لكنه فيما يتعلق بالألبسة يصبح عديم الخبرة، ويبدو مثله مثل أي مستهلك، فيصبح حينئذ مستهلكا و يستفيد من الحماية المقررة له.

غير أن هناك سؤلا آخر أكثر حدة و هو: ما الحكم حينما يتصرف المهني خارج اختصاصه و لكن لأغراض مهنية، كالتاجر الذي يشتري نظاما للتنبيه في محله أو المحامي الذي يشتري جهازا للإعلام الآلي لمكتبه؟

---

[1]- د / أحمد محمد محمد الرفاعي–المرجع السابق– ص 35-37

– د / موالك بختة – المرجع السابق– ص 32

– د / العيد حداد – المرجع السابق – ص 44-47

- M. Kahloula et C.Meckmcha –précité- P 14
- Jean Calais–Auloy et Frank Steinmetz –précité- P 60.

هنا، جانب من الاجتهاد القضائي يجعل المهني في حكم المستهلك و بالتالي يستفيد من الحماية، أي أنه يوسع من مفهوم المستهلك ليشمل المهني حين يتصرف خارج إطار اختصاصه حتى و لو كان لأغراض مهنية.

غير أن هناك جانب آخر من الاجتهاد القضائي يأخذ بالمفهوم الضيق و بالتالي لا يعد الشخص مستهلكا إذا تصرف لأغراض مهنية و لو كان خارج اختصاصه.

و يعتبر المفهوم الأخير هو الأرجح و الذي يأخذ به غالبية الفقه، على أساس أنه من المؤكد أن المهني حين يتصرف خارج مهنته يكون أكثر حرصا ممن يتصرف لأغراض شخصية، كما أنه بإمكانه اللجوء إلى خبير ليكمل نقص خبرته. إضافة إلى أن المفهوم الموسع يمحي حدود قانون الاستهلاك، لأنه يجب أن يدرس حالة بحالة لكي نعرف ما إذا كان المهني يتصرف خارج اختصاصه أم لا[1].

إضافة إلى أنه لو اعتبرنا المهني الذي يتصرف خارج اختصاصه مستهلكا، يجب أيضا اعتبار المستهلك الذي يتصرف في اختصاصه مهنيا، كالمحامي مثلا يتعاقد على شراء سلعة ما لأغراض شخصية فإنه يعتبر خبيرا في الحيل القانونية التي قد توجد في عقد البيع على الرغم من أنه يتصرف خارج اختصاصه، أي أنه مستهلك، فهل يمكن أن نعتبره مهنيا؟

على أنه قد تضيع التفرقة بين المهني و المستهلك في حالة ما إذا تصرف المهني لأغراض مهنية وشخصية أو عائلية في نفس الوقت، كالتاجر الذي يشتري سيارة لنقل بضاعته و في نفس الوقت لاستعماله الشخصي أو العائلي. و يمكن القول في هذه الحالة أن الهدف الرئيسي يغلب على الهدف الثانوي، و من الطبيعي أن يكون الهدف الرئيسي هنا هو الهدف المهني، و بالتالي يعد التاجر مهنيا و ليس مستهلكا.

---

(1)- Jean Calais– Auloy et Frank Steinmetz –précité- Page 61-65.

المبحث الثالث :

علاقة جمعيات حماية المستهلك بالهيئات الأخرى

إن جمعيات حماية المستهلك في أدائها لدورها المنوط بها تعمل بالتوازي و التنسيق و التعاون مع العديد من الهيئات و السلطات العاملة في نفس المجال، سواء كانت متخصصة في حماية المستهلك كالمجلس الوطني لحماية المستهلك و المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم، أو التي بكون دورها من شأنه المساهمة بشكل فعال في تحقيق الحماية كما هو الحال بالنسبة لمجلس المنافسة و الأسعار و مخابر تحليل النوعية. أو بالتنسيق مع السلطات العمومية على كافة مستوياتها، ابتداء من البلدية ثم الولاية و أخيرا الدولة متمثلة في وزارة التجارة.

و عليه سنحاول من خلال هذا المبحث توضيح العلاقة بين جمعيات حماية المستهلك و بعض الهيئات المذكورة وكذا السلطات العمومية، و سنعتمد في ذلك على تحليل النصوص القانونية مع الإشارة من حين إلى آخر إلى الوضع في فرنسا نظرا لتطور الحركة الاستهلاكية هناك، لاسيما ما يتعلق بعمل هذه الهيئات من خلال المطلبين الآتيين:

- المطلب الأول: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالهيئات المختصة.
- المطلب الثاني: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالسلطات العمومية.

المطلب الأول: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالهيئات المختصة

نتناول في هذا المطلب علاقة جمعيات حماية المستهلك بالهيئات و المؤسسات التي تكون متخصصة في مجال حماية المستهلك، لأن الهدف الأساسي من تواجدها هو تحقيق أقصى حماية للمستهلكين، حتى و إن كان ذلك لا يبدو بصورة واضحة من خلال تسمياتها، إلا أن مهمتها تصب في هذا الهدف. و لهذا فهي تتقاطع مع جمعيات حماية المستهلك بشكل واضح، و يتجلى ذلك أكثر من خلال النصوص القانونية التي تنظمها.

و عليه سنتناول في هذا المطلب علاقة جمعيات حماية المستهلك بثلاث هيئات متخصصة من خلال دراستنا لثلاث فروع:

- الفرع الأول: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالمجلس الوطني لحماية المستهلك
- الفرع الثاني: علاقة جمعيات حماية المستهلك بمجلس المنافسة
- الفرع الثالث: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالمركز الوطني لمراقبة النوعية و الرزم و شبكة مخابر تحليل النوعية

الفرع الأول: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالمجلس الوطني لحماية المستهلك

بادئ ذي بدء، يجب أن نشير و لو بشيء بسيط إلى تعريف المجلي الوطني لحماية المستهلك، فيرجع الأساس القانوني لوجوده إلى المادة 24 من قانون 98-02، حيث جاء فيها :" **ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين يقوم بإبداء الرأي و اقتراح تشريعات التي تساهم في تحسين الوقاية من المخاطر في مجال سلامة المنتوجات و الخدمات المقدمة للمستهلكين و يحدد اختصاصه و تشكيله عن طريق التنظيم.**"، وعلى هذا الأساس فقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 29-27 المؤرخ في 06 جويلية 1992 الذي يحدد تكوين و اختصاصات المجلس الوطني للمستهلك[1].

---

[1]- الجريدة الرسمية العدد 52 الصادرة في 08 جويلية 1992.

و بمقتضى المادة الأولى منه، فإن هذا المجلس أنشأ تطبيقا للمادة 24 السابقة الذكر، و يعتبر هيئة تشاورية[1] يوضع لدى الوزير المكلف بالنوعية، و هو يدلي برأيه فيما يتعلق بصحة المستهلك، و هو في ذلك يقوم بعدة مهام[2] و التي من بينها أساسا اقتراح كل التدابير الكفيلة بالمساهمة في تحسين الوقاية من المخاطر التي قد تتسبب فيها السلع و الخدمات المعروضة في السوق لحماية مصالح المستهلكين المادية والمعنوية.

كما يضطلع المجلس بإعداد برامج المساعدة المقررة لصالح جمعيات حماية المستهلكين و تنفيذها. و هنا تتضح العلاقة بين جمعيات المستهلكين و هذا المجلس، حيث يفترض أن هذا الأخير هو الذي يقدر و يقوم بإعداد المساعدات التي قد تقدمها السلطات العمومية للجمعيات، و يكون ذلك بالتأكيد بعد المشاورات مع هذه الأخيرة و دراسات تحدد مدى احتياجها للمساعدات.

كما أن هذه العلاقة تتأكد من خلال تشكيلة المجلس نفسه، حيث أنه بالإضافة إلى ممثل عن كل وزارة فإنه يتشكل من 10 ممثلين لجمعيات حماية المستهلكين المؤسسة قانونا سواء كانت وطنية أو محلية، وكذا 07 ممثلين لجمعيات المهنيين[3]، و هو ما يسمح بالتأكيد بالتقاء الطرفين لتدارس كل المشاكل والمسائل العالقة و محاولة حلها بالطرق الودية. كما يسمح لممثلي الجمعيات بعرض آرائهم و مشاكلهم على ممثلي الوزارات، أي طرح انشغالات المجتمع المدني خاصة فئة المستهلكين على السلطات العمومية.

إضافة إلى ذلك، فجمعيات حماية المستهلكين يمكنها الاستفادة من جميع الأعمال التي يقوم بها المجلس في مجال الدفاع و حماية حقوق المستهلك، خاصة إذا لجأ إلى إجراء دراسات أو القيام بخبرات أو برامج الإعلام التي يقوم بها.

---

(1) – أنظر المادة 03 من المرسوم المذكور.

(2)- د/ موالك بختة – المرجع السابق- ص 61-62

- M. Kahloula et C.Mekemcha –précité-P37-38

(3)- مركب حفيزة- المرجع السابق- ص 101

-D. Filali,F.Fettat A.Boucenda- Concurrence et protection des consommateurs dans le domaine alimentaire en Algérie – revue algérienne des sciences juridiques, économie et politique – Volume 36 N°1-Université d'Alger 1998 – P 67-68

إضافة إلى ما سبق، يتأكد الحضور الفعلي للجمعيات على مستوى المجلس من خلال ما جاء في المادة 09 من المرسوم السابق، حيث أن انتخاب نائب الرئيس يكون بأغلبية الأصوات من ضمن أعضاء المجلس الذين يمثلون السلطات العمومية و جمعيات المستهلكين. و عليه فيمكن أن يتم انتخاب أحد ممثلي هذه الجمعيات كنائب لرئيس المجلس الوطني لحماية المستهلك، و هو الأمر الذي يعطي مكانة هامة لهذه الجمعيات، و يمكنها من فرض بعض آرائها في مجال حماية المستهلك.

غير أن ما يجدر قوله أن التحليل السابق ما هو إلا نظري، لأنه على مستوى الواقع لا وجود للمجلس الوطني لحماية المستهلك، حيث لا يزال حبيس أدراج المسؤولين و لم يرى النور إلى يومنا هذا، و هو ما تدعو إليه بإلحاح جمعيات حماية المستهلك[1].

أما بالنسبة للوضع في فرنسا، فيبدو أن المشرع الجزائري قد أخذ فكرة المجلس الوطني لحماية المستهلك من فرنسا، حيث يوجد فيها المعهد الوطني للاستهلاك «L'institut nationale de la consommation» الذي أنشئ بموجب المرسوم 90-318 المؤرخ في 04 ماي 1990، و تضم تشكيلته عشر ممثلين عن جمعيات المستهلكين. كما أن المعهد يمكنه القيام بعدة مهام، من بينها إجراء خبرات سواء من تلقاء نفسه أو بناءا على طلب جمعيات المستهلكين، و هو كمؤسسة إعلامية يقوم بتوزيع المجلة الشهيرة "60 مليون مستهلك" « 60 Millions Consommateurs »[2].

الفرع الثاني: علاقة جمعيات حماية المستهلك بمجلس المنافسة

قد يبدو للوهلة الأولى عدم وجود علاقة بين جمعيات حماية المستهلك و مجلس المنافسة، و قد يستغرب البعض هذا التحليل اعتقادا بالبعد الواضح بين جمعيات حماية المستهلك التي تهتم أساسا بفئة المستهلكين و الدفاع عن مصالحهم، و بين مجلس المنافسة الذي يعمل أساسا على تنظيم المنافسة بين التجار و المهنيين أي الفئة المضادة.

[1]-سامر رياض-المجلس الوطني لحماية المستهلك حبيس أدراج المسؤولين-مقال بجريدة الخبر الصادرة بتاريخ 09 جويلية 2002.

[2]- jeans Calais-Auloy et Frank Steinmetz – Précité – P24-25
Philipe Brun et Hélène Claret –Précité – P 16.

غير أنه بتدقيق النظر و التحليل، يمكن مباشرة ملاحظة العلاقة القوية بينهما، و التي تتأكد من مضمون النصوص التي تنظم مجلس المنافسة. و نجد في هذا الصدد الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة[1]، و الذي يهدف حسب المادة الأولى منه إلى تنظيم المنافسة الحرة و ترقيتها وتحسين معيشة المستهلكين، و هو نفس هدف جمعيات حماية المستهلك. فوجود منافسة حرة و مشروعة يعمل بالتأكيد على تحسين جودة المنتجات و الخدمات المعروضة في السوق، و يحقق أمنا و سلامة و حماية للمستهلك، حيث يمنع كل ممارسة غير أخلاقية من شأنها المساس و الإضرار بالمستهلك بالدرجة الأولى قبل المهني، خاصة ما يتعلق بالإعلانات و الدعاية الكاذبة.

كما تتضح العلاقة بين جمعيات حماية المستهلكين و مجلس المنافسة من خلال مطالبة الجمعيات أحيانا بالحد من الارتفاع الفاحش للأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط، و تأثير ذلك على المستهلكين بصفة عامة. و في هذه الحالة فإن السلطات العمومية يمكنها أن تتخذ إجراءات للتحقيق بناءا على طلب الجمعيات.

إضافة إلى ذلك، فإن مجلس المنافسة حسب المادة 19/03 من نفس الأمر، يمكن استشارته من طرف الهيئة التشريعية حول اقتراح القوانين و مشاريع القوانين و حول كل مسألة ترتبط بالمنافسة، و يمكن استشارته أيضا في نفس المواضيع من طرف جمعيات حماية المستهلكين. كما أنه يمكن لمجلس المحاسبة أن يطلع جمعيات حماية المستهلكين على درجة المنافسة في الأسواق الداخلية أو الخارجية (المادة 21)، الأمر الذي يدعم عمل و نشاط هذه الجمعيات، و بالتالي يجعل المستهلك دائما في الصورة و يؤكد حضوره الفعلي على جميع المستويات.

كما يمكن لمجلس المنافسة، تطبيقا للمادة 23 من الأمر السابق، أن ينظر بصفة تلقائية و مباشرة في القضايا و المشاكل المرفوعة إليه من طرف الجمعيات، مما يساعد في كثير من الأحيان على حل بعض مشاكل المستهلكين دون إتباع إجراءات التقاضي الطويلة و المكلفة، و غالب الأمر أن تكون هذه القضايا متعلقة بالمنافسة غير المشروعة التي من شأنها المساس بالمستهلك.

---

[1]- الجريدة الرسمية العدد 09.

إضافة إلى كل ما سبق، فإن العلاقة بين جمعيات حماية المستهلك و مجلس المنافسة تتأكد من خلال تشكيلة المجلس نفسه، حيث يلزم الأمر السابق في مادته 23 أن يكون من بين تشكيلة المجلس 03 أعضاء يختارون من بين الشخصيات المعروفة بكفاءتها في الميدان الاقتصادي أو في ميدان المنافسة و الاستهلاك. وعليه يمكن أن تحوي تشكيلة المجلس ممثلين عن جمعيات المستهلكين أو رؤساء بعضها إذا أثبتوا كفاءتهم في مجال الحماية و الدفاع و الاهتمام بالمستهلك.

و من جانب آخر، و فيما يتعلق بحل النزاعات، فإن الأمر السابق أشار في مادته 27 إلى أنه: "**يمكن لأي شخص طبيعي أو معنوي اعتبر نفسه متضررا من ممارسة منافية للمنافسة وفق مفهوم أحكام هذا الأمر أن يرفع دعوى أمام الهيئات القضائية المختصة طبقا لقانون الإجراءات المدنية لطلب التعويض عب الضرر الذي أصابه**". و عليه يخول لجمعيات حماية المستهلك، باعتبارها من الأشخاص المعنوية التي غالبا ما تتضرر من الممارسات المنافية للمنافسة –ضرر يمس المصلحة الجماعية للمستهلكين–، أن تلجأ للقضاء للمطالبة بالتعويض طبقا للقواعد العامة، و هو ما أكده المشرع في المادة 96 من نفس الأمر التي تنص بوضوح أكثر على حق جمعيات المستهلكين في رفع الدعاوى، و هو ما سنفصل فيه أكثر في الفصل الثاني من هذا البحث.

الفرع الثالث: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالمركز الوطني لمراقبة النوعية و الرزم و شبكة مخابر تحليل النوعية

لقد أنشئ المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-47 المؤرخ في 08 أوت 1988[1]، و تتمثل مهمته الأساسية في حماية صحة المستهلك و تحسين نوعية الخدمات والسلع المعروضة (المادة 03 من المرسوم السابق).

و هو في مهمته هذه يلتقي مع جمعيات حماية المستهلك التي تعمل على بلوغ نفس الهدف، و بالتالي يمكن لكليهما الاستفادة من نشاطات الآخر. إضافة إلى ذلك فالمركز يلعب دورا كبيرا في مجال مراقبة النوعية[2]، و ذلك بالتعاون مع جميع الهيئات المختصة، و بالتأكيد بالتعـــاون مع جمعيات حمايـــة المستهلك

---

(1)- الجريدة الرسمية العدد 33 السنة 26

(2)- د/ موالك بختة – المرجع السابق- صفحة 85

التي يمكنها مثلا في إطار المراقبة أن تنبه المركز إلى بعض ممارسات الغش و التزوير (المادة 04 من المرسوم)، كما يمكن للجمعيات طلب إجراء تحاليل على منتوج ما أو إجراء تحقيق فيما يتعلق بسلعة أو خدمة ما.

و باعتبار المركز يساهم في إعداد مشاريع القوانين التي تتعلق بنوعية المنتجات و الخدمات و اقتراحها على السلطات العمومية، فهو بذلك يدعم عمل الجمعيات التي تستفيد من هذه القوانين.

كما أن المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المتعلق بمخابر تحليل النوعية، جعل جمعيات حماية المستهلك ممثلة في مجلس التوجيه العلمي و التقني للمركز، و هذا عندما تقوم المفتشية الجهوية له بالنظر في وثائق ملفات طلب فتح مخبر لتحليل النوعية.

أما فيما يخص شبكة مخابر التجارب و تحليل النوعية، فقد أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-359 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996[1]، و يتمثل دورها أساسا في تطوير كل عملية من شأنها ترقية نوعية السلع و الخدمات. و تقوم بكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين و إعلامهم (المادة 03 من المرسوم السابق)، و تتولى مراقبة نوعية المنتجات المحلية و المستوردة عند إخطارها من طرف الجهات المعنية و التي من بينها جمعيات حماية المستهلك (المادة 09).حيث تمارس دورها في الرقابة من خلال شبكة المخابر. و في هذا المجال نجد في فرنسا ما يسمى بالمخبر الوطني للتجارب «Laboratoire nationale d’essais»، و الذي أنشئ بموجب المواد 561 و 562 من قانون الاستهلاك، و تتمثل مهمته في تحقيق دراسات و أبحاث و استشارات و كذا الخبرات و التجارب و المراقبة و كل المساعدة التقنية الضرورية لحماية و إعلام المستهلك، و ترقية نوعية الخدمات. و من خلال مهمته هذه، يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تستفيد من كل نشاطاته، كما يمكنه التدخل في أمور الاستهلاك بناءا على طلب كل شخص قانوني يعمل في هذا المجال، و بطبيعة الحال فإن جمعيات حماية المستهلك هي المعنية أكثر[2].

---

[1]- الجريدة الرسمية العدد 80.

[2]- Philipe Brun et Hélène Claret –précité- P 11

المطلب الثاني: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالسلطات العمومية.

سنحاول من خلال هذا المطلب دراسة علاقة جمعيات حماية المستهلك بالسلطات العمومية، و ذلك في كافة مستوياتها الممثلة في البلدية أولا ثم الولاية، و أخيرا الدولة ممثلة في الوزارة المكلفة بالاستهلاك، ألا و هي وزارة التجارة. هذه العلاقة ليست محل شك أو جدل باعتبار أن حماية المستهلك، كما سبق ذكره، هي مسؤولية على عاتق الدولة و تمثل أحد أهم انشغالاتها لأنها تتعلق بشكل مباشر بالاقتصاد الوطني و تنميته من ناحية، و من ناحية أخرى تتعلق بالنظام العام للدولة الذي يقتضي تحقيق الأمن و السلامة لكل شخص، خاصة فيما يعرض من سلع و خدمات.و من جانب آخر، فإن جمعيات حماية المستهلك لا يمكنها بلوغ هدفها دون دعم و مساعدة السلطات العمومية. كما أن هذه العلاقة تسمح بإيصال صوت المستهلك للسلطات العمومية و الضغط عليها للاهتمام أكثر بالدفاع عن أمن المستهلكين.

و على هذا الأساس يتداخل عمل جمعيات حماية المستهلك مع عمل السلطات العمومية في هذا المجال. و لتوضيح هذه العلاقة نتناول في هذا المطلب ثلاث فروع رئيسية هي:

- الفرع الأول: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالبلدية
- الفرع الثاني: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالولاية
- الفرع الثالث: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالدولة

الفرع الأول: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالبلدية

حتى نحدد مدى العلاقة بين جمعيات حماية المستهلك و السلطات العمومية ممثلة في أقربها إلى المواطن و هي البلدية باعتبارها الخلية الأولى التي تنشأ فيها هذه الجمعيات، يجب أن نعرف هذه المجموعة. فالبلدية يخضع تنظيمها للقانون الصادر تحت رقم 90-08 المؤرخ في 17 أفريل 1990، و حسب المادة الأولى منه فالبلدية هي "**الجماعة الإقليمية الأساسية و تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي**...".

و إذا نظرنا إلى النصوص القانونية قد لا تظهر بوضوح العلاقة بين جمعيات حماية المستهلك و البلدية، غير أن دور هذه الأخيرة ممثلة في رئيس المجلس الشعبي البلدي في مجال حماية المستهلك هو الذي يؤكد هذه العلاقة نظرا لوحدة الهدف مع الجمعيات[1]. و فيما يخص هذا الدور فنجده مثلا في المادة 75/08 من القانون السابق التي تنص على مهام رئيس المجلس الشعبي البلدي:"**السهر على النظافة الاستهلاكية للمواد المعروضة للبيع**..."، و كذا في المادة 107:"**تتكفل البلدية بحفظ الصحة و المحافظة على النظافة العمومية لاسيما فيما يلي:- نظافة الأغذية و الأماكن**...". إذن يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تعمل بالتنسيق و بالتعاون مع البلدية، فيمكنها مثلا لفت نظر المجلس الشعبي البلدي لبعض المخاطر التي تهدد صحة و سلامة المستهلكين.

كما تتضح هذه العلاقة أكثر إذا عرفنا أن نشاط جمعيات حماية المستهلك يكون بالدرجة الأولى على مستوى البلدية مع إمكانية اتساعه إلى مجموعة بلديات، و في هذه الحالة فإنه فيما يتعلق بقرار التصريح فيكون من الوالي باعتباره ممثلا للسلطة العمومية (المادة 10 من قانون 90-31). أما فيما يخص الإعانات و المساعدات المادية، فنجد أن قانون 90-31 في مادتيه 26 و 32 نص على إمكانية تقديم البلدية المساعدات للجمعيات التي أثبتت تواجدها الفعلي و كفاءتها على أرض الواقع.

إضافة إلى ما سبق، نجد المادة 04 من قانون البلدية تنص على :" **تشجع البلدية تطور حركة الجمعيات في ميادين البيئة و الثقافة و الرياضة و الترفيه، و تقدم لها المساعدة في حدود إمكانياتها**". ويمكن هنا الأخذ على هذا القانون تهميشه لجمعيات حماية المستهلك بالرغم من أهميتها، فالمواطن يبحث بالدرجة الأولى عن الصحة و السلامة قبل أن يفكر في ممارسة أي نشاط آخر رياضي كان أو ثقافي الذي أولاه القانون أهمية خاصة. فمن الغرابة أن تشجع الدولة على إنشاء و مساعدة جمعيات ذات طابع رياضي أو ثقافي و لا تشير إلى جمعيات حماية المستهلك، مما قد يعني بأن الإرادة التشريعية في الجزائر لا تزال ناقصة وغير واعية في مجال حماية المستهلك.

---

(1)- العيد حداد – المرجع السابق- ص 255
- موالك بختة- المرجع السابق- ص 61

الفرع الثاني: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالولاية

إن جمعيات حماية المستهلك في قيامها بدورها يمكنها أن تتفاعل مع جميع السلطات العمومية، لاسيما الأقرب إلى المواطن. و إذا كانت علاقتها مع البلدية لم تتضح في قانون 90-08، فإنها أكثر وضوحا مع الولاية. و الولاية حسب قانون 90-09 المؤرخ في 17 أفريل 1990 المتعلق بالولاية، في مادته الأولى: "**هي جماعة محلية إقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي و تشكل مقاطعة إدارية للدولة**".

و تتضح العلاقة بين جمعيات حماية المستهلك و الولاية في كون أن جمعيات حماية المستهلكين بصفة عامة تكون ذات طابع إقليمي، أي تشمل مجموعة من بلديات الولاية، و في هذه الحالة فإنها تنشأ بتصريح من الوالي. و مثل هذه الجمعيات "جمعية الأمان لحماية المستهلك" التي تنشط في ولاية الأغواط.

كما أن المشرع في المادة 17 من قانون 90-31 يلزم الجمعيات بما فيها جمعيات حماية المستهلك بإعلام السلطات العمومية بكل التغيرات التي تطرأ على قانونها الأساسي، فإذا كانت الجمعية إقليمية و قامت بتعديل قانونها فهي ملزمة بإخطار الوالي بذلك.

كما تلتزم جمعيات حماية المستهلك، حسب المادة 18 من قانون 90-31، بتقديم كل المعلومات المتعلقة بعدد المنخرطين فيها و كذا مصادر تمويلها و وضعها المالي بصفة منظمة إلى الوالي، و إن كان ما سبق ذكره يعد شيئا من الرقابة على هذه الجمعيات، إلا أنه يهدف إلى تأكيد الوجود الشرعي لها.

من جهة أخرى، يمكن للولاية أن تقدم مساعدات لجمعيات المستهلكين، حيث تنص المادة 30 من قانون 90-31: "**يمكن للجمعية التي ترى السلطة العمومية نشاطها مفيدا أو ذا منفعة عامة أن تحصل على مساعدات مالية أو على مساهمات أخرى مقيدة بشروط أو غير مقيدة**". و لا جدل في كون عمل و هدف جمعيات حماية المستهلك مفيد، بل هو ضرورة ملحة في الوقت الراهن و يحقق منفعة عامة، خاصة و أن الأمر يتعلق بأمن و سلامة المستهلك، فيتصور بداية أنها من الجمعيات التي يفترض أن تستفيد من إعانات. و عليه فقد تتلقى جمعيات حماية المستهلك مساعدات مالية أو مادية تتمثل في تجهيزات أو

منحها مقرا لممارسة نشاطها، و غير ذلك مما يمكن أن يساعدها في أدائها لمهمتها في الدفاع و التحسيس للمستهلكين على تراب الولاية.

و دون حاجة للنصوص القانونية، فمجرد كون الولاية تعمل على توفير أحسن شروط النظافة والصحة لحماية المستهلك (المادة 87 من قانون الولاية)[1]، فإن هذا الهدف في حد ذاته يتقاطع مع عمل جمعيات حماية المستهلك. فيمكن لهذه الأخيرة أن تستفيد من التدابير و الإجراءات التي تنفذها الولاية في هذا المجال مما يسهل و يدعم عملها. و من ناحية أخرى يمكن للولاية أن تستفيد بدورها من نشاطات الجمعيات و أن تأخذ بآرائها في مجال حماية المستهلك باعتبار الجمعية أقرب إليه. و هنا تأخذ الجمعيات دور ممثل المستهلكين، بحيث تعمل على إيصال صوتهم و حاجياتهم للسلطة العمومية، فهي الإطار القانوني الذي يسمح لهم بالالتقاء مع السلطات العمومية.

الفرع الثالث: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالدولة

حتى نوضح العلاقة التي تجمع جمعيات حماية المستهلك بالدولة ممثلة خاصة في وزارة التجارة ومصالحها الخارجية باعتبارها الوزارة المكلفة بالناحية الاستهلاكية[2]، فإنه يجب العودة للمرسوم التنفيذي رقم 94-207 المؤرخ في 16 جويلية 1994 و المتعلق بتحديد صلاحيات وزير التجارة، فالمادة 07 منه تنص على: "**يتولى وزير التجارة في مجال الجودة و الاستهلاك المهام الآتية: - يشارك في تحديد السياسة الوطنية و التنظيمات العامة أو الخاصة المتعلقة بترقية و حماية المستهلك و في تطبيقها**"[3]. و من البديهي أن جمعيات حماية المستهلك هي المستفيد الأول من هذه السياسة و هذه التنظيمات مادامت تهدف إلى حماية المستهلك.

---

[1]- د/ موالك بختة- المرجع السابق- ص 60

[2]- كانت المهام المتعلقة بالجودة و الاستهلاك في القانون السابق تناط بوزارة الاقتصاد التي تضم التجارة و المالية، و لكن بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-189 المؤرخ في 23 جوان 1990 و المتضمن صلاحيات وزيلا الاقتصاد، ألغيت هذه المهام.

[3]- أنظر المادة 07 كاملة من المرسوم المذكور في الجريدة الرسمية عدد47.

كما تضيف الفقرة 07 من نفس المادة: " **يشترط ضبط مقاييس و مناهج التحليل و الرقابة في ميدان الجودة و يتابعها و يشخصها و كذا برنامج إعلام المهنيين و المستهلكين بالاتصال مع الهيئات والجمعيات المعنية**". و هو ما يؤكد بصريح العبارة قوة العلاقة بين وزارة التجارة التي تعمل على المساهمة مع الجمعيات من أجل إعلام المستهلكين و إفادتهم من مناهج الرقابة في ميدان الجودة.

إضافة إلى ذلك، فقد أعطي وزير التجارة مهمة ترقية البحث العلمي في مجال الاستهلاك، و يمكن في هذه الحالة أن تستفيد الجمعيات من البحوث و الدراسات العلمية التي تتم في هذا المجال. كما يمكن لوزارة التجارة أن تشارك أو تساعد الجمعيات في قيامها بالدراسات في مجال حماية المستهلك، و ذلك بإعطائها المعلومات اللازمة و الإحصائيات... إلخ.

إضافة إلى ما سبق، نجد المرسوم التنفيذي رقم 94-208 المؤرخ في 18 جويلية 1994 الذي يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة و التي تضم عدة مديريات من بينها مديرية المنافسة و كذا مديرية الجودة و أمن المنتجات[1]، و هي المديريات التي تتعامل معها جمعيات حماية المستهلك بقوة.

و حسب المرسوم التنفيذي رقم 91-91 المؤرخ في 06 أفريل 1991 المتضمن تنظيم و صلاحيات و عمل المصالح الخارجية للمديريات العامة للمنافسة و الأسعار في مادته 02، فإن المصالح الخارجية لها هي المديرية الولائية للمنافسة و الأسعار التي تهدف أساسا إلى تطبيق النصوص القانونية في هذا المجال و كذا الرقابة على الأسعار و الجودة، إضافة إلى ذلك فهي تساعد المستهلكين في مجال جودة و أمن المنتجات. وتتضح العلاقة أكثر في دورها في تطوير إعلام و تحسيس المهنيين و المستهلكين بالتنسيق مع جمعياتهم. وتنقسم بدورها إلى عدة مديريات، من أهمها المديرية الفرعية لمراقبة الجودة و قمع الغش[2]، و التي يلاحظ على أرض الواقع أن جمعيات حماية المستهلك تتعامل معها بشكل مكثف و مباشر، بحيث تعمل على تنبيهها للممارسات المنافية للمنافسة و لممارسات الغش التي تحدث لتتخذ هذه المديريات الإجراءات المناسبة والكفيلة بتحقيق أمن و سلامة المستهلك.

---

[1]- أنظر المواد 1-10-11 من المرسوم المذكور – الجريدة الرسمية عدد 47

[2]- أنظر مضمون المرسوم كاملا – الجريدة الرسمية العدد 47

أما بالنسبة للوضع في فرنسا، فإن الاهتمام بحماية المستهلك كان أكثر قوة، و لهذا كانت هناك دوما جهة مكلفة بالاستهلاك و غالبا كانت تتمثل في أمانة الدولة للاستهلاك، و التي أنشئت أول مرة سنة 1976، و قد كانت تحت سلطة وزارة الاقتصاد. و في سنة 1981 ظهرت كوزارة حقيقة للاستهلاك وإلى غاية 1997، و بعد عدة تطورات أصبحت تابعة لوزارة المالية و التجارة الخارجية. كما نجد المديرية العامة للمنافسة و الاستهلاك و قمع الغش، و كذلك عدة مديريات أخرى تعمل في مجال حماية المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مثل: مصلحة التفتيش في الصحة (وزارة الصحة)[1].

و من أجل تجميع مختلف المصالح عبر مختلف الوزارات المهتمة بالاستهلاك، وضعت السلطات في فرنسا هيئتان للتعاون، الأولى هي الهيئة الوزارية للاستهلاك، و الثانية هي اللجنة الوزارية للاستهلاك و التي تجمع ممثلي مختلف الوزارات المهتمة بالاستهلاك و هي ذات دور استشاري[1].

ما تجدر الإشارة إليه في الأخير، أنه حتى و إن اقتصرت دراستنا على علاقة جمعيات حماية المستهلك بوزارة الخارجية، فإن ذلك لا ينفي علاقتها بالوزارات الأخرى، بل على العكس من ذلك فجمعيات حماية المستهلك يمكن أن تكون لها علاقة بالعديد من الوزارات خاصة وزارة الصحة باعتبارها تهدف إلى حماية صحة المستهلك، و كذا وزارة الداخلية التي تعد الوزارة المكلفة بالجمعيات بصفة عامة خاصة ما تعلق بتقديم الإعانات و المساعدات المادية و المالية. بالإضافة إلى وزارة الاقتصاد باعتبار حماية المستهلك تتعلق أيضا بالاقتصاد الوطني و ترقيته.

إذن يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تستفيد من جميع التدابير و الإجراءات التي تقررها مختلف هذه الوزارات في مجال حماية صحة و أمن المستهلكين و دعم عملها و نشاطها.

---

(1)- Philipe Brun et Hélène Claret –Précité- p 9-10

على أن ما يمكن ملاحظته أيضا في هذا المطلب، أننا و إن كنا قد أشرنا إلى أن علاقة جمعيات حماية المستهلك بالسلطات العمومية على كافة مستوياتها قد تتجسد في الإعانات التي تقدمها هذه الأخيرة، إلا أننا نتجرأ و نعلق على هذا الأمر. فقد كان من الأولى بالمشرع الجزائري إلزام السلطات العمومية بتقديم المساعدة المالية و المادية و عدم ترك ذلك لسلطتها التقديرية: كما نفهمه من نصي المادتين 26 و 30 من قانون الجمعيات من خلال عبارتي "الإعانات المحتملة" و "التي ترى السلطة أنها مفيدة". و إلا فإننا نشك مرة أخرى في نية المشرع الفعلية في تحقيق حماية فعالة و أكيدة للمستهلك من خلال الجمعيات التي تمثله. فكيف يمكن أن تعمل هذه الأخيرة في غياب المساعدات و الاشتراكات و الهبات؟

(1)- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz –précité- P25.

الفصل الثاني

دور جمعيات حماية المستهلك

في الإعلام ورفع الدعاوى

إن وجود جمعيات حماية المستهلك كان ضرورة ملحة كما سبق الذكر، نظرا لنقص الوعي لدى المستهلك بصفة عامة. لذلك فالمهمة الأساسية التي تهدف إليها هذه الجمعيات هي توعية و تحسيس و إعلام المستهلكين بالمخاطر التي قد تهدد سلامتهم، و يعتبر هذا الدور وقائيا بالدرجة الأولى لأن الهدف منه هو منع الخطر قبل وقوعه. و لتحقيق ذلك فإن الجمعيات تعتمد أساسا على وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، كما يمكنها هي نفسها أن تكون مصدرا إعلاميا إذا قامت بإصدار نشريات أو مجلات متخصصة في حماية المستهلك.

و الإعلام[1] الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلكين يجد أساسه في مبدأ حرية التعبير المعترف به في المادة 11 من تقرير حقوق الإنسان. و عليه فجمعيات حماية المستهلك يمكنها نشر آرائها و انتقاداتها للسلع و الخدمات، و هو ما أكده المشرع الجزائري في قانون 90-31 حين خولها إصدار نشريات ومجلات، وكذا قانون 90-07 المؤرخ في 03 أفريل 1990 المتعلق بالإعلام[2]، حيث جاء في مادته 14:"**يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يأتي: العناوين و الأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري...**".

و يتضمن الإعلام الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك إحاطة المستهلك بجميع المعلومات و المعارف المتعلقة بالمنتج أو الخدمة، و كذا إحاطته بجميع حقوقه و واجباته من ناحية. و من ناحية أخرى، فهي تقدم انتقادات للسلع و الخدمات المعروضة من طرف المهنيين.

و ما تجدر الإشارة إليه أن إعلام المستهلك هو ضرورة لتحقيق توازن اقتصادي بينه و بين المهني، كما أن الإعلام يعد وسيلة فعالة في مواجهة الإشهارات و الإعلانات التي يقدمها المنتجون و الموزعون، و ذلك عندما تلجأ الجمعيات إلى ما يعرف بـــ "الإشهار المعاكس"، أي نقد السلع و المنتجات عن طريق إجراء خبرات و تجارب مقارنة و نشر نتائجها. كما قد تلجأ الجمعيات إلى وسيلة أكثر خطورة من أجل تحسيس المستهلك و توعيته بخطورة منتج و خدمة ما، ألا و هي الدعوة إلى المقاطعة.

---

(1)- يعرف الإعلام اصطلاحا: تحصيل حقيقة الشيء و معرفته و التيقن منه.

أما في الاصطلاح الصحفي فيقصد به عملية إيصال الأحداث و الأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة مرئية.

أ/ علي بولحية بن بوخميس- المرجع السابق- ص 50.

(2)- الجريدة الرسمية عدد 14.

غير أن الجمعيات في ممارستها لدورها في الإعلام، قد تفتح مجالا للرد من قبل المهنيين الذين قد تمسهم نشاطات الجمعية، و الأكثر من ذلك أنه قد يفتح بابا لمساءلة الجمعية مدنيا و جزائيا في ضرر المهني.

على أنه قبل التفصيل في هذه النقاط، فإنه من الضروري أن نشير ولو بإيجاز للإعلام الذي يقع على عاتق المهني حتى نرفع أي لبس أو خلط بينهما، باعتبار أن الإعلام الذي يقوم به هذا الأخير ما هو في الحقيقة إلا التزام في ذمته طيقا للعقد الذي يربطه بالمستهلك. و مضمون التزام المهني بالإعلام يجد أساسه القانوني في القواعد العامة للالتزامات، و بالتحديد في نص المادة 352 من ق.م المتعلقة بالتزامات البائع و التي جاء فيها:"... **يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا**...". و يتضمن إعلام المستهلك بجميع البيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة، سواء الخاصة بأوصافها أو سعرها أو غير ذلك من أجل إيجاد رضا سليم و حر لدى المستهلك. و يرتب في حال الإخلال به مسؤولية المهني.[1]

غير أن مهمة الإعلام التي تقوم بها جمعيات حماية المستهلك كما سبق ذكره، هي مهمة وقائية وتصور أنها لا تؤتي نتيجة دائما، لذلك كان من الضروري إعطاء الحق للجمعيات للقيام بدور علاجي والمتمثل في رفع الدعاوى، سواء لحسابها باعتبارها تدافع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين، أو لحساب هؤلاء، و ذلك من أجل جبر الضرر الذي قد يصيبهم جراء تصرفات المهني. و قد أكد المشرع هذا الحق للجمعيات بموجب قانون الجمعيات في مادته 16، و كذا قانون حماية المستهلك في مادته 12 و قانون المنافسة في مادته 96.

و عليه من أجل التفصيل في كل النقاط السابقة، فإننا سنقسم هذا الفصل لإلى ثلاث مباحث رئيسية:

- المبحث الأول: طرق و وسائل الإعلام لدى جمعيات حماية المستهلك
- المبحث الثاني: وسائل الدفاع لدى المهني ومسؤولية الجمعيات
- المبحث الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى.

---

[1]-لأكثر تفصيل فيما يتعلق بالالتزام بالإعلام الواقع على عاتق المهني:

د/ موالك بختة – المرجع السابق – ص 34 إلى 45

د/ حسن عبد الباسط جميعي – حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك- دار النشر العربية – القاهرة 1996- ص 15.

- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité – P 44
- Claude Vallon – précité –P 15.

المبحث الأول: طرق و وسائل الإعلام لدى جمعيات حماية المستهلك

تعتمد جمعيات حماية المستهلك بصفة عامة من أجل إعلام و توعية هؤلاء على وسائل الإعلام بالدرجة الأولى، حيث تحاول أن تؤكد حضورها سواء في الصحافة المكتوبة أو عبر الحصص الإذاعية أو التلفزية. إضافة إلى أنها قد تأخذ المبادرة لتصبح هي نفسها مؤسسة للإعلام، و ذلك عن طريق إصدار نشريات و مجلات متخصصة في مواضيع الاستهلاك.

إضافة إلى كل ذلك، فقد خولها المشرع الحق في القيام بدراسات و نشرها، و كذا القيام ببعض التجارب و الخبرات على السلع و الخدمات من أجل توعية المستهلك بكل ما يتعلق بنتائج هذه التجارب والدراسات. من جانب آخر، قد تلجأ الجمعيات إلى دعوة المستهلكين إلى الامتناع و عدم التعامل مع سلعة أو خدمة ما لأسباب موضوعية، و هو ما يعرف بالدعوة للمقاطعة.

و عليه سنتناول في هذا المبحث المطلبين الآتيين:

- ❖ المطلب الأول: وسائل الإعلام العامة و النشريات المتخصصة.
- ❖ المطلب الثاني: حق النقد و الدعوة للمقاطعة.

المطلب الأول: وسائل الإعلام العامة و النشريات المتخصصة

إن حرية التعبير المعترف بها كحق للجمعيات هي التي تسمح لجمعيات حماية المستهلك بأن تستعمل وسائل الإعلام العامة، و نقصد بذلك الإذاعة و التلفزيون و الصحافة المكتوبة سواء جرائد أو مجلات ، لتمرير رسالتها المتمثلة في إعلام المستهلكين بحقوقهم قصد رفع درجة وعيهم لتحقيق نوع من الحماية لهم. و إن كان هذا الإعلام يدخل بذاته في الدور المنوط لوسائل الإعلام العامة، بحيث تعمل من بابها و بمبادرتها على محاولة تحسيس المستهلكين و تنبيههم للمخاطر التي تحيط بهم.

من ناحية أخرى، فجمعيات حماية المستهلك لا تكتفي باستغلال وسائل الإعلام العامة، لأن حماية المستهلك تستدعي جهودا أكبر، و عليه فقد تصبح هي نفسها مؤسسة إعلامية بحيث يمكنها أن تقوم بإصدار نشريات أو مجلات متخصصة في حماية المستهلك، و ذلك حسب الإمكانيات المتوفرة لها.

و عليه نتناول في هذا المطلب الفرعين التاليين:

- الفرع الأول: وسائل الإعلام العامة
- الفرع الثاني: النشريات المتخصصة

الفرع الأول: وسائل الإعلام العامة

عندما نتحدث عن وسائل الإعلام كوسيلة في يد الجمعيات لتحسيس المستهلكين، فإننا نعني بذلك جميع وسائل الإعلام و الاتصال، سواء كانت مكتوبة كالجرائد و المجلات العامة، أو مسموعة كالإذاعة بمختلف قنواتها، أو المرئية المتمثلة في مؤسسة التلفزيون و نؤكد خاصة على هذه الوسيلة باعتبارها تلقى أكبر عدد من المستهلكين.

و جمعيات حماية المستهلك تعمل هنا بالموازاة مع الإعلانات التجارية و الإشهار الذي تستخدمه المؤسسات الاقتصادية و المهنيين للترويج لسلعهم أو خدماتهم، و بالتالي فيمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تبلغ حدا كبيرا في الإعلام إذا استغلت هذه الوسيلة أحسن استغلال. على أنه بصفة عامة فإن إعلام المستهلكين عن طريق الإذاعة و التلفزة و الجرائد يدخل ضمن المهمة الأساسية أو الوظيفة العامة لهذه الوسائل و الأجهزة. و على هذا، ففي الجزائر مثلا في التلفزيون (القناة الأرضية) هناك ركن في حصة صباحيات يتحدث عن حماية المستهلك إضافة إلى حصة خاصة بالمستهلك، و جمعيات حماية المستهلك تحاول الحضور من خلال هذه الحصص لتأدية مهمتها في التوعية و التحسيس.

الأمر نفسه تقريبا بالنسبة للإذاعة الوطنية، خاصة القناة الأولى حيث تذاع حصة خاصة بالمستهلك تعمل بصورة عامة على الرد على تساؤلات المستهلكين في جميع النواحي و إعطاء نصائح و إرشادات

لكيفية التعامل مع سلعة أو خدمة معروضة في السوق، و كذا تبليغهم بالمخاطر المحتملة و إرشادهم لكيفية الدفاع عن حقوقهم.[1]

على أن ما يمكن ملاحظته في هذا المجال، أن هذه الوسائل، سواء كانت الإذاعة أو التلفزة باعتبارها مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي و تجاري، فإنها تسعى في جانب من مهمتها إلى تحقيق الربح عن طريق الإعلانات، خاصة التي تطلبها المؤسسات و الشركات مما يجعلها في كثير من الأحيان تتردد في تمرير حصص خاصة بحماية المستهلك. و بهذا فالتوازن معدوم و بشكل واضح، فالتأثير على المستهلك سيكون أكبر من خلال الإعلانات التي تتكرر على مسمعه و مرآه عشرات المرات في اليوم الواحد مقارنة بحصص المستهلك التي لا تكون سوى مرة في الأسبوع أو الشهر، و حتى توقيت بثها لا يتناسب مع أغلبية المستهلكين مما ينقص من فعالية هذه الأجهزة كوسيلة في يد جمعيات حماية المستهلكين لإعلامهم.

إضافة إلى ما سبق، فإن مؤسسة التلفزيون و الإذاعة عادة ما تقبل بتمرير مجاني لمواضيع خاصة بالاستهلاك و لكن تكون عامة، في حين ترفض تمرير إعلان إشهاري يتضمن نقد سلعة أو منتوج معين، وهي بذلك تتهرب من المسؤولية التي قد تقع على عاتقها من طرف المهني أو المنتج أو مقدم الخدمة.[2]

أما فيما يخص الصحافة المكتوبة، فإن وجود جمعيات حماية المستهلك من خلال هذه الوسيلة الإعلامية يمكن القول أنه معدوم. و إن كان يفترض فيها من حين إلى آخر أن تنشر مقالات و مواضيع تتعلق بالاستهلاك، كالإشارة مثلا إلى خطورة سلعة ما أو توعية المستهلك بحقوقه و كيفية الحصول عليها، و غير ذلك مما يساهم بشكل فعال في حمايته.

على أن المشكل الكبير الذي يعيق عمل الجمعيات على جميع المستويات هو الإمكانيات المادية و المالية القليلة المتوفرة لها. لهذا فإنه على أرض الواقع، فإن نشاط جمعيات حماية المستهلك من خلال وسائل الإعلام بمختلف أنواعها يكاد يكون نادرا، الأمر الذي يضعف الحماية المفترض تحقيقها للمستهلك.

---

(1)- Mm.Sahari Fadila – Le rôle des associations de consommateurs dans l'émergence d'un contre pouvoir face aux professionnel – Revu algérienne des sciences juridiques, économiques et politiques –Volume 36 N° 1 – 2002 – P 28 – 29

(2)- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité – P 65

- Elai Alfondrai et Philipe Henri Dutheil –précité – P 1315 -1316.

الفرع الثاني: النشريات المتخصصة

من بين الوسائل التي تستخدمها الجمعيات لإعلام و توعية المستهلك و إحاطته بكافة المعارف العلمية و التقنية، ما تقوم به من إصدار مجلات و نشريات متخصصة في مجال الاستهلاك، و لقد خولها المشرع هذه الوسيلة بموجب المادة 19 من القانون 90-31 التي جاء فيها:"**يمكن للجمعية أن تصدر و توزع في إطار التشريع المعمول به نشريات و مجلات و وثائق وكراسات لها علاقة بالهدف**"، و هذا على خلاف قانون 87-15 الذي لم ينص على هذا الأمر.

و بالرجوع إلى قانون 90-07 المتعلق بالإعلام فإنه يعرف الدوريات المتخصصة في المادة 17 منه وهي تلك النشريات التي تتعلق بمواضيع خاصة في ميادين معينة. و لهذه النشريات المتخصصة التي تصدرها الجمعيات فضلا عن دورها في إعلام و تحسيس و توعية المستهلكين عدة أدوار أخرى، فهي تعمل على ترقية الأنشطة و كذا الربط بين أعضائها، كما أنها تعطي صورة واضحة عن الجمعية و نشاطها. و من جانب آخر يمكن القول أن إصدار مثل هذه النشريات أو المجلات إذا تم بالشكل المطلوب، فإنه يشكل أحد موارد الجمعية التي تتأتى من بيعها أو الاشتراك فيها حتى من غير المنخرطين.[1]

على أن ما تجدر الإشارة إليه، أن إصدار مثل هذه النشريات المتخصصة يجب أن يكون باللغة العربية و أن يخضع للنظم و القوانين المعمول بها في هذا المجال، لاسيما قانون الإعلام، و هو ما يتجلى في نص المادة 19/02 من قانون 90-31:"**يجب أن تكون النشرية الرئيسية باللغة العربية مع احترام القوانين المعمول بها**". و كذا نص المادة 06 من قانون الإعلام التي جاء فيها:"**تصدر النشريات الدورية للإعلام العام باللغة العربية**".

و كغيرها من الهيئات و أجهزة الإعلام، فإنها تخضع في إصدارها لمجلة أو نشرية دورية لبعض الإجراءات التي نص عليها قانون الإعلام، و المتعلقة أساسا بضرورة التصريح و تسلم وصل التسجيل، حيث جاء في المادة 14 من قانون الإعلام:"**إصدار نشرية دورية حر غير أنه يشترط لتسجيله و رقابة صحته تقديم تصريح مسبق في ظرف لا يقل عن ثلاثين (30) يوما من صدور العدد الأول**".[2]

---

(1)- Claude Vallon - précité – P 151-155

(2)- أنظر نصوص المواد 14 إلى 26 من قانون 90-07 المتعلق بالإعلام

و إذا كان هذا هو الوضع على مستوى النصوص القانونية، إلا أن الواقع في الجزائر يقول عكس ذلك، فوجود جمعيات حماية المستهلك ما يزال ضعيفا. و بغض النظر عن عددها، فإن ما ينشط منها على أرض الواقع يعد على الأصابع، لهذا لم تصل بعد إلى المستوى المرجو منها. و لعل ذلك يعود في الأساس إلى نقص إمكانيات هذه الجمعيات(1)، و كذا إهمال السلطات العمومية لدورها و أهميتها، حيث لا تتلقى أية مساعدات من طرفها لهذا فهي تعتمد أساسا على اشتراكات أعضائها. و لا يمكن القول أن مثل هذه الاشتراكات تعد موردا لا بأس به، خاصة إذا علمنا أن الانخراط في مثل هذه لجمعيات لا يزال بعيدا عن الطموح و عن المستوى المطلوب، لهذا نجد القليل من الجمعيات من تقوم بنشر أو إصدار مجلة أو نشرية متخصصة بسبب نقص الكفاءات التي تهتم بهذا النشاط و تعمل على تسييره و تطويره.

و على الرغم من كل هذا، يجب التنويه بجمعية "الأمان لحماية المستهلك: التي تنشط على مستوى ولاية الأغواط كونها صاحبة المبادرة الوحيدة في إصدار نشرية متخصصة في حماية المستهلك و هي "وعي المستهلك"، و تقوم بتوزيعها مجانا. و قد جاء في العدد الأول منها –الصادر في جانفي 2001 – أن من بين أهداف هذه المبادرة هو "تقديم مادة متنوعة علمية، قانونية (خاصة النصوص القانونية المتعلقة بالاستهلاك)، صحية، معرفية و كل ما يتعلق و له صلة بالاستهلاك(2). كما نجد من بين أركان هذه النشرية، ثقافة السوق، تشريعات لحماية المستهلك، نصائح و إرشادات، البيئة و الحياة، و غيرها من المجالات التي تهم المستهلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

و عليه فهذه النشريات تعمل على رفع درجة وعي و ثقافة و يقظة المستهلك لتمكينه من اختيار نموذج أو خدمة أو منتج يوافق رغباته المشروعة. كما أن المعلومات التي تقدم فيها تمكن المستهلك من تفادي المخاطر المحتملة التي قد يحملها المنتج أو الخدمة، كما تعمل عل إحاطته بحقوقه تجاه المهني المنتج أو الموزع أو غيره، و تشجيعه بالتالي على حماية نفسه بنفسه، لأنه بذلك يكون قد وصل إلى مستوى هذا المهني. فهي بطريق غير مباشر تعمل على إعادة التوازن في العلاقة بين المستهلك و المهني.

---

(1)D. Filali, f.Fettat –A.Boucenda –précité- page 67

(2)– عن الكلمة الافتتاحية لرئيس الجمعية عبيدي محمد في نشرية وعي المستهلك عن جمعية الأمان لحماية المستهلك لولاية الأغواط – السنة الأولى– العدد الأول – جانفي، فيفري 2001.

و رغم أهمية هذه الوسيلة، أي إصدار نشريات متخصصة في الاستهلاك، إلا أننا نجد الجمعية الوطنية لترقية و حماية المستهلك لم تصدر لحد الآن منذ نشأتها أي نشرية أو مجلة، و حسب المعلومات المقدمة لنا فالأمر يرجع أساسا و كما هو معروف إلى نقص الإمكانيات المادية. غير أن هناك مشروعا لإصدار "دليل المستهلك" لم يرى النور إلى يومنا هذا، و لو نجحت الجمعية في إصداره فسيكون بالفعل نقلة جد هامة في مجال حماية المستهلك و إعلامه، خاصة و أن الجمعية تنشط على كامل التراب الوطني.

و في هذا الصدد نشر إلى المبادرة التي قامت بها شركة "كونسوماق"، حيث كانت تصدر "مجلة المستهلك"، و التي تعمل على بسط قانون المستهلك. غير أنه نظرا لمشاكل مادية فقد توقف صدورها، وهذا بالرغم من أنها كانت المجلة الوحيدة التي تصدر بالجزائر و المتخصصة في حماية المستهلك، حتى و إن كانت لا تصدر عن جمعية للمستهلكين.[1]

و على خلاف الأمر في الجزائر، فإنه في فرنسا نظرا للتطور المذهل الذي عرفته حركة جمعيات حماية المستهلك، نجد العديد من جمعيات حماية المستهلكين تقوم بإصدار مجلات و نشريات متخصصة، و لعل أشهرها تلك التي تصدر عن الإتحاد الفدرالي للمستهلكين و تلعب دورا هاما، ألا و هي مجلة "ماذا نختار Que choisir". كما نجد جمعيات أخرى تنشر مجلات و نشريات أخرى و إن كانت بتوزيع أقل وبأكثر محدودية.[2]

و تتضمن هذه النشريات بصفة عامة معلومات مختلفة في مجال الاستهلاك، و كذا مواضيع و مقالات أساسية إضافة إلى التجارب المقارنة و الدراسات المتعلقة بالاستهلاك. كما نشير إلى مجلة جد هامة ومتطورة في مجال حماية المستهلك و إن كانت لا تصدر عن جمعية للمستهلكين و إنما عن هيئة أخرى هي المعهد الوطني للاستهلاك، هذه المجلة هي"60 مليون مستهلك 60Millions Consommateurs". [3]

---

[1]- مجلة المستهلك- العدد الأول -جانفي 1999 -شركة كونسوماق-الجزائر.

[2]- jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité –P 64
Philipe Brun et Hélène Claret – précité – P 6

[3]- قبل 1995 كانت المجلة تسمى 50 مليون مستهلك 50 Millions Consommateurs.

المطلب الثاني: حق النقد و الدعوة للمقاطعة.

إضافة إلى استغلال وسائل الإعلام بكافة أشكالها و صورها، و كذا حقها في إصدار مجلات متخصصة قصد توعية المستهلكين، فقد خول المشرع جمعيات حماية المستهلك لتحقيق دورها في الإعلام على أفضل شكل، وسائل أخرى من بينها الحق في القيام بإجراء دراسات أو تحقيق تجارب و خبرات على السلع و المنتجات و الخدمات لمعرفة مدى تجاوبها مع الأغراض المشروعة للمستهلكين، و ما إذا كانت تحقق فعلا ما يروج له المنتجون و الموزعون، و هذا ما يسمى بحق النقد أو الإشهار المعاكس في مواجهة إعلانات المهنيين التي لا يتعدى غرضها تحقيق أكبر ربح.

كما قد تلجأ جمعيات المستهلكين من أجل حمايتهم إلى أخطر وسيلة للدفاع و الإعلام، ألا و هي الدعوة للمقاطعة، بحيث تعد المقاطعة وسيلة للإعلام عن خطر سلعة أو خدمة و وسيلة للتوعية و حث المستهلكين على قول "**لا**" للمهني.

و عليه نتناول في هذا المطلب الفرعين الآتيين:

- الفرع الأول: حق النقد
- الفرع الثاني: الدعوة للمقاطعة

الفرع الأول: حق النقد

يمكن لجمعيات حماية المستهلك في إطار قيامها بمهمة الإعلام، أن تلجأ إلى وسيلة أخرى لتحقيق غرضها و هي القيام بتجارب و إجراء خبرات و دراسات على السلع و الخدمات المعروضة على المستهلك، ثم نشر نتائج هذه العمليات عبر جميع وسائل الإعلام المتاحة لها و حسب إمكانياتها المادية و المالية. كما يمكنها من باب أولى نشرها في مجلاتها و نشرياتها المتخصصة، و هو ما يعرف بحق النقد أو الإشهار المعاكس الذي تمارسه الجمعيات في مواجهة المهنيين.

و إمكانية قيام الجمعيات بإجراء تجارب و دراسات مقارنة تجد أساسها القانوني في نص المادة 23 من قانون 89-02 التي جاء فيها"**يمكن لجمعيات المستهلكين أن تقوم بدراسات و إجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها و تحت مسؤوليتها و بإمكانها أن تنشر ذلك حسب نفس الشروط**".[1]

و يمكن تعريف التجارب المقارنة كالآتي: " هي التجارب التي توضع بموجبها منتجات مختلفة تؤدي مهاما متشابهة، و التي في نتيجتها تسمح بإعطاء معلومات موضوعية عن الخدمات و السلع التي يمكن أن يقدمها المنتج محل التجربة".[2]

و عليه، فالمقارنة التي تتم على أساس هذه التجارب تكون موضوعية تترتب على أساس النوعية. فالتجارب المقارنة تقدم معلومات مجردة حول نوعية وعيوب كل منتج أو خدمة، و بالتالي تمكن المستهلك من اختيار النموذج الذي يتوافق مع حاجياته و ذوقه و قدرته المالية. فهي بصورة عامة تعطي نظرة إجمالية عما هو معروض في السوق من منتجات أو ما هو متوفر من خدمات.

إذن يمكن القول أن إجراء تجارب على منتج ما أو سلعة، أو القيام بدراسات و بحوث شاملة على خدمة ما، يعد نوعا من الإشهار المعاكس أو الإشهار النقدي للسلع و الخدمات الذي تقابله الإعلانات التجارية أو الإشهار الذي يقوم به المهني[3]. و حق النقد أو تقديم إشهار معاكس معترف به منذ وقت طويل من طرف الفقه، إذن فإعلام المستهلك في هذه الحالة يأخذ شكل النقد للمنتج أو الخدمة، و ما هو في الحقيقة إلا تطبيق لحق النقد المعترف به للصحافة بصفة عامة.

غير أنه يجب التمييز هنا بين الإشهار المعاكس أو النقدي الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك لأداء وظيفتها في الإعلام و التحسيس، و الإشهار المعاكس الذي يتم من طرف المهنيين أيضا سواء كانوا منتجين أو موزعين أو غير ذلك، لأن هذا الأخير غالبا ما يعد عملا غير مشروع.

---

(1)- و هو ما جاء في التقرير التمهيدي حول قانون حماية المستهلك ص 05

أما المادة 22 فتعطي لجمعيات حماية المستهلكين الحق في القيام بالدراسات و الخبرات و نشرها، و التي تعمل و لا شك على التقليل من المخالفات و مراعاة المعايير و الشروط الواجب توفرها في المنتج أو الخدمة.

(2)- jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité –P 64

(3)- يعرف الإشهار في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش كالآتي:" الإشهار، جميع الاقتراحات أو الدعاية أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو التوازن أو التعليمات المعدة لترويج و تسويق سلعة أو خدمة ما بواسطة إنشاء نشرية سمعية بصرية".

- كما عرفته الجمعية الأمريكية للتسويق كما يلي: "وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار حول السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة و مقابل أجر مدفوع".

- أ. علي بولحية بوخميس – المرجع السابق – ص 51.

و حتى تكون التجارب أو الدراسات مشروعة، فإنه يجب توفر 03 شروط أساسية هي:

أولا: أن تكون التجارب و الخبرات على عينة أو نموذج يمثل سوق السلعة أو الخدمة بشكل كاف

ثانيا: أن تجرى التجارب في المخابر المتخصصة، و بالنسبة للوضع في الجزائر فإنها تتم إما في مخابر تحليل النوعية أو شبكة مخابر التجارب و التحليل المذكورة سابقا.

ثالثا: و يعتبر من أهم الشروط، و هو أن تلتزم الجمعيات بنشر نتائج هذه التجارب و الدراسات و لكن بعد إعلام المهنيين المعنيين لتمكينهم من إعطاء آرائهم و ملاحظاتهم.

و تجدر الإشارة هنا إلى أن هذه الشروط و القواعد موضوعة من طرف الجمعية الفرنسية للتقييس «L’association française de normalisation»، كما أن إجراء التجارب والدراسات هو اختياري و ليس إلزاميا على جمعيات و منظمات المستهلكين.[1]

على أنه فيما يتعلق بالتجارب المقارنة قد يثور التساؤل التالي: هل يمكن للمؤسسات و المهنيين أخذ هذه التجارب و الدراسات و استغلالها كوسيلة إشهارية؟

إن الجمعيات تتخوف من أن يتم هذا الاستغلال بشكل يمس بقيمة هذه النتائج. لهذا ففي البدء كانت تعارض هذا الأمر على أساس حقها في الملكية الفكرية. لكن يمكن القول أنه يمكن للمهنيين استغلال نتائج التجارب المقارنة و الدراسات بشرط احترام بعض القواعد التي وضعها الاجتهاد القضائي لقبول دعوى جمعيات حماية المستهلك التي تدعي الضرر من هذا الاستغلال.

في الأخير، يمكن القول أن جمعيات حماية المستهلك تستفيد بشكل فعال من نشر نتائج التجارب والدراسات التي تجريها و تنشرها في مجلاتها، حيث تزيد من مصداقيتها كلما ظهرت فيها نتائج و دراسات مفيدة و هامة.[2]

[1]-Elie Alfondarie et Philipe Henri-Duthiel – précité – P 1316
[2]- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité- P 65-66

الفرع الثاني: الدعوة للمقاطعة

قد تلجأ الجمعيات في مهمتها في الدفاع و تحسيس و توعية المستهلكين و إعلامهم إلى وسيلة أكثر قوة، ألا و هي الدعوة إلى مقاطعة سلعة أو خدمة ما، و التي تعتبر من الطرق الواقعية أو الفعلية[1]. و تعرف المقاطعة على أنها اتصال موجه للمستهلكين لحثهم على عدم شراء سلعة أو منتج ما أو جميع المنتجات مؤسسة ما، أو عدم الاستفادة من خدماتها.غير أنه يشترط أن تكون الدعوة مؤسسة و مستندة إلى دوافع وأسباب قوية و خطيرة من شأنها أن تبرر اللجوء إلى المقاطعة، و عليه يجب أن تكون آخر وسيلة تلجأ إليها الجمعيات بعد أن تستوفي جميع طرق وسائل الإعلام المذكورة آنفا، أي أن تتم هذه الطريقة في حال فشل الوسائل الأخرى أو عدم فعاليتها بالنظر إلى الضرر الذي قد يصيب مجموع المستهلكين.

و غالبا، فإن الدعوة إلى المقاطعة تتم لسببين: إما لعيب في المنتج أو الخدمة مما قد يجعله خطيرا على المستهلك و يمس بسلامته الجسدية، و إما للغلاء الفاحش لها و الذي قد يؤثر بشكل فادح على ميزانية المستهلك.

و تجدر الإشارة هنا إلى أن المقاطعة قد تتم بصفة فردية أي من طرف مستهلك واحد، أو بصفة جماعية بمبادرة خاصة لمجموعة من المستهلكين أو بدعوة من جمعية وطنية أو منظمة لحماية المستهلكين و التي نحن بصدد الحديث عنها. على أن التساؤل قد يثور أيضا حول مشروعية أسلوب المقاطعة بالنظر إلى الخطورة التي قد يشكلها على المؤسسات.

و عليه نتناول في هذا الفرع النقاط الثلاث الآتية:

أولا: الدعوة الفردية و الدعوة الجماعية إلى المقاطعة

ثانيا: دعوة جمعيات حماية المستهلك إلى المقاطعة

ثالثا: مدى مشروعية الدعوة إلى المقاطعة

---

[1]- د/ السيد أحمد السيد عمران – المرجع السابق – ص 159-161

أولا: الدعوة الفردية و الدعوة الجماعية إلى المقاطعة

كما سبق الذكر، فالمقاطعة الفردية تتم من طرف مستهلك فرد، و في هذه الحالة فإن المستهلك المتضرر من سلعة أو خدمة ما معروضة يقوم بمبادرة منه بمقاطعة التعامل مع هذه السلعة أو الخدمة أو المؤسسة في حد ذاتها، و الأكثر من ذلك فإنه يقوم بدعوة صريحة موجهة لمجموع المستهلكين، سواء كان ذلك بالمناداة في الشوارع أو حث كل مستهلك على حدى على عدم التعامل مع المنتج أو الخدمة المعيبة.

و كمثال على ذلك، ما حدث في فرنسا في قضية السيدة التي اشترت سيارة اتضح فيما بعد أن بها عيبا، فقامت بدعوة بقية المستهلكين إلى عدم شراء هذا النوع من السيارات و عدم التعامل مع الشركة الصانعة و المتمثلة هنا في شركة"*CYSB*". غير أن هذه الأخيرة قدمت طلبا مستعجلا للمحكمة لوقف احتجاج هذه السيدة غير المشروع حسب رأيها، لكن المحكمة لم تستجب للطلب على أساس أن الشركة لا تتأسس على خطأ السيدة.[1]

أما المقاطعة الجماعية فيقصد بها أن تتم المقاطعة من طرف مجموعة من المستهلكين لسلعة أو خدمة ما بسبب خطورتها أو غلاء ثمنها، فيمتنعون عن التعامل معها و مع منتجها أو موزعها سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا كمؤسسة اقتصادية أو محل تجاري. و هو ما حدث في فرنسا في قضية قام فيها مجموعة من المستهلكين كانوا غير راضين عن منتجات إحدى المخابز بمقاطعة التعامل مع هذه الأخيرة، إضافة إلى دعوة بقية المستهلكين لاتخاذ نفس الموقف بالكتابة على واجهة المخبزة و لهذا توبعوا بدعوى التشهير لكن أفرج عنهم فيما بعد على أساس حسن النية.[2]

---

[1]- ولأكثر تفصيل:

- Serge Guinchard – Responsabilité des associations des consommateurs droit de critique et boycott – Juris Classeur –Concurrence consommation Fascicule 1215 – Edition 1996 P 9.

[2]- Serge Guinchard – précité – P 10

ثانيا: دعوة جمعيات حماية المستهلك إلى المقاطعة

كما سبق الذكر، فإن دعوة جمعيات حماية المستهلك إلى مقاطعة سلعة أو خدمة ما، يجب أن تكون الوسيلة الأخيرة بعد فشل محاولات التفاهم و إيجاد الحلول مع المهنيين، لأنها تعد وسيلة جد رادعة بحيث تؤثر بشكل فعال على الناحية الاقتصادية و المالية للمهنيين خاصة المؤسسات. و قد تم التعامل بهذا الأسلوب في الولايات المتحدة الأمريكية منذ وقت طويل. و تعتبر مشاكل الصحة و السلامة الأكثر تحريضا على هذا الإجراء، و إن كانت المقاطعة لا تعد وسيلة للإعلام بقدر ما هي أمر للمستهلكين.

و كمثال على دعوة منظمات المستهلكين للمقاطعة في فرنسا، ما قام به الإتحاد الفدرالي للمستهلكين في القضية المعروفة "*L'amoco-cadiz*"، حيث قام بالدعوة إلى مقاطعة منتجات شركة " *France shell*". و كذا ما قام به في سنوات 1980-1982-1985 من الدعوة إلى مقاطعة لحوم الأبقار بعد مخالفة مربييها لقانون 1970 الذي يمنع استعمال هرمون"*Cétogène*" في تربية الأبقار، و قد تم بعد الدعوة الألى في سنة 1980 التوصل إلى اتفاق مع المربين على ما يسمى بقانون اللحوم " *Charte de Veau*"، مما يعني نجاح أسلوب المقاطعة. غير أن الدعوة الثانية إلى المقاطعة سنة 1982 كانت تهدف إلى حث المشرع الفرنسي على التشدد و وضع قانون رادع في هذا المجال.[1]

كما تجدر الإشارة إلى الدعوة إلى المقاطعة التي قامت بها الجمعية الوطنية لحماية المستهلك بالأردن، المتعلقة بمقاطعة سلعة القهوة بسبب ارتفاع أسعارها، و ذلك في شهر ديسمبر من ستة 1995، و قد قوبلت الدعوة بتأييد و استجابة من البعض في حين رفضت و انتقدت من البعض الآخر.[2]

أما بالنسبة للجزائر، فإن الدعوات إلى المقاطعة، سواء كانت فردية أو جماعية و بالتحديد التي تتم من طرف جمعيات حماية المستهلك، نادرة جدا إن لم تكن معدومة، باستثناء القضية المعروفة بـــ"قضية القفة"، أين قامت جمعية حماية المستهلك بقسنطينة بالدعوة إلى مقاطعة جميع المنتجات و السلع المعروضة في السوق،

---

(1)- Serge Guinchard –précité- P 10-11

(2)- د/ محمد عبيدات و محمد علي طعاني- اتجاهات المستهلك الأردني نحو دعوة الجمعية الوطنية لحماية المستهلك لمقاطعة السلع الاستهلاكية (حالة دراسة عن سلعة القهوة)- مجلة دراسات الأردن- المجلد 02- العدد 02- تموز 1999- ص 57.

و ذلك في شهر رمضان 1989 بسبب غلاء و ارتفاع الأسعار. و قبل ذلك بسنوات دعت إلى مقاطعة لحوم البقر و الغنم بسبب الممارسات اللاأخلاقية و غير الواعية للمضاربين. و إن كانت هذه المقاطعة قد أعطت ميزة لهذه الجمعية و شجعت المستهلكين على الانخراط فيها أكثر.[1]

في الوقت الراهن، و على الرغم من أن أسعار المنتجات و السلع خاصة المواد الأساسية عرفت ارتفاعا مذهلا مما يهدد القدرة الشرائية للمستهلك بالإضافة إلى تدني مستوى الخدمات المعروضة عليه، إلا أن جمعيات حماية المستهلك في جميع مناطق الوطن لم تحرك ساكنا، و هو ما يؤكد فعلا نقص تواجدها على أرض الواقع. و على الرغم من العديد من الممارسات الخطيرة لبعض المنتجين الذين يعرضون منتجات أدت في الكثير من الأحيان إلى موت العديد من المستهلكين، إلا أننا لن نسمع يوما أن جمعية للمستهلكين دعت إلى مقاطعة التعامل مع منتجها.

و في الأخير تجدر الإشارة إلى أن المقاطعة قد تأخذ شكلا آخر فيما يتعلق بالخدمة، و هنا تسمى بـــ"رفض التسديد"، كما هو الحال مثلا بالنسبة لمستعملي الهاتف، فقد ترفض مجموعة من المستهلكين لهذه الخدمة تسديد ما عليهم من مبالغ بسبب نزاع مع المؤسسة مقدمة الخدمة. و في غالب الأحيان، فإن مثل هذا التصرف يعد غير مشروع إلا إذا كان تطبيقا للقواعد العامة بعدم التنفيذ، أي في حال لم توفي المؤسسة بأحد التزاماتها العقدية المتفق عليها. غير أنه يتصور أن يكون رفض التسديد لأسباب و أهداف أخرى كتخفيض الأسعار مثلا، و هنا يتساءل *Jean Calais-Auloy* إذا ما كان من اللازم أن يتطور القانون ليقر شرعية هذا الأسلوب في حال ما لم يجد المستهلكين المتضررين وسيلة أخرى للدفاع عن مصالحهم المشتركة.[2]

---

[1]- M. Khloula et C.Mekemcha –précité- P 61
Mme Sahari Fadila – précité – P 29
[2]- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité – P 485.

ثالثا: مدى مشروعية أسلوب المقاطعة

قد يطرح التساؤل فيما يخص الدعوة إلى المقاطعة عن مدى مشروعية هذه الوسيلة في يد جمعيات حماية المستهلكين، بالنظر إلى كونها تشكل تهديدا للمؤسسات.

فعلى الرغم من عدم وجود أي نص قانوني، سواء في فرنسا أو الجزائر، فيما يتعلق بأسلوب المقاطعة، إلا أنه يمكن القول بداهة أنه من الطبيعي بل من الأكيد ألا يعاقب و لا يتحمل المسؤولية المستهلك الذي يرفض الشراء، على خلاف البائع الذي قد يرفض البيع[1]. و عليه بالنسبة للبعض فإن مشروعية أسلوب المقاطعة لا تحمل أي استثناء لأنها سلاح عادي لحركات المستهلكين، و ما هي إلا نقل لحق الإضراب الذي تمارسه النقابات. أما بالنسبة للبعض الآخر، فهم يرفضون على الجمعية مثل هذا الإجراء باعتباره يهدد وجود المؤسسات.[2]

أما فيما يخص القضاء، فإنه اعتمد حلا وسطا، فهو يقر مشروعية أسلوب المقاطعة بحيث لا يعد في حد ذاته تصرفا خاطئا باعتباره سلاحا عاديا في يد الجمعيات. لكن من ناحية أخرى فإن التعسف في استعمال هذا الحق قد يؤدي بطبيعة الحال إلى مساءلتها.و عليه، و حتى تكون المقاطعة مشروعة فإنه يجب توفر الشروط التالية: 1- أن يكون الهدف الوحيد من المقاطعة هو حماية المستهلك.

2 - أن تبرر الدعوة بأسباب قوية و جدية.

و في حال مخالفة أي شرط منها تصبح المقاطعة سلاحا ضد الجمعية. و لهذه الأسباب أدين الاتحاد الفدرالي للمستهلكين بسبب دعوته إلى مقاطعة منتجات شركة "*Shell*"، و كذا دعوته إلى مقاطعة لحوم الأبقار، حيث لم يكن الهدف الوحيد له هو حماية المستهلكين. ففي القضية الأولى كان يهدف أساسا إلى تعويض ضحايا غرق سفينة "*L'amoco-Cadiz*"، و الذي كان بعيدا كل البعد عن منتجات شركة "*Shell*" ما دامت النوعية لم تكن محل جدل. و في القضية الثانية كان الهدف الفعلي هو الضغط على السلطات العمومية لسن تنظيم جديد، و بالتالي انحرف عن الهدف الأساسي و هو حماية المستهلك و الدفاع عنه ضد المهنيين.[3]

---

[1]- نص المادة 98 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة:" يمنع رفض بيع سلعة أو أداء خدمة لمستهلك بدون مبرر شرعي إذا كانت هذه السلعة أو الخدمة معروضة للبيع و طلبها المستهلك".

[2] et [3] - Serge Guinchard –précité- P 10

و في نهاية هذا المبحث، يمكن القول أن أداء الجمعيات لدورها في الإعلام و التحسيس لا يتم فقط عن طريق الوسائل و السبل السابقة الذكر، إذ يمكنها أن مثلا أن تنشط أكثر وذلك بإقامة المؤتمرات، لقاءات وندوات موضوعها الرئيسي هو حماية المستهلك. كما يمكنها أن تشارك و تثبت وجودها في مثل هذه المبادرات إذا اتخذت من هيئات أخرى. إضافة إلى أنه يمكن لهذه الجمعيات أن تنظم أياما تحسيسية وإعلامية على جميع المستويات، خاصة فيما يتعلق بالتوعية داخل المدارس، لترسيخ الثقافة الاستهلاكية و تكوين مستهلك واع و رشيد يدافع عن نفسه بنفسه.

المبحث الثاني: وسائل الدفاع لدى المهني ومسؤولية الجمعيات

إن جمعيات حماية المستهلك في قيامها بدورها في الإعلام و التحسيس وإتباعها للوسائل المذكورة سابقا، يلاحظ أنها قد تمس و تضر بمصالح المهني، و عليه كان من الطبيعي أن يمنح لهؤلاء حق الرد على جميع الانتقادات الموجهة لهم طبقا لحرية التعبير المعترف بها لهم. وهم في ذلك يستعملون نفس الطرق المتاحة، خاصة وسائل الإعلام العامة. إضافة إلى ذلك يمكن لأي مهني في نفس الوقت طلب وقف نشر نقد ما و ذلك عن طريق رفع دعوى استعجالية.

على أنه في حال عدم جدوى الطريقين السابقين أو جسامة الضرر، يمكن هنا أن تثار مسؤولية جمعية حماية المستهلك مدنيا أي دعوى التعويض، و في حالات أخرى أكثر شدة إن اقتضى الأمر، يمكن مساءلتها جزائيا عن طريق دعوى القذف.

و عليه نقسم هذا المبحث إلى مطلبين أساسيين:

المطلب الأول: حق الرد و رفع دعوى استعجالية

المطلب الثاني: المسؤولية المدنية و الجزائية لجمعيات حماية المستهلك

المطلب الأول: حق الرد و رفع دعوى استعجالية

من بين الوسائل التي في يد المهنيين للدفاع عن أنفسهم في مواجهة جمعيات حماية المستهلكين، حق الرد على جميع الانتقادات التي تنشرها هذه الأخيرة، و ذلك حسب الوسيلة الإعلامية التي لجأت إليها الجمعيات. على أنه يمكن للمهني أن يلجأ إلى إجراء أكثر شدة و هو اللجوء للقضاء المستعجل للمطالبة بوقف نشر مقال أو توزيع مجلة ما. و هو ما سنتناوله في الفرعين التاليين:

- الفرع الأول: حق الرد
- الفرع الثاني: الدعوى الاستعجالية

الفرع الأول: حق الرد

تنص المادة 45 من قانون الإعلام على حق الرد كما يلي:"**يمكن لكل شخص نشر عنه خبر يتضمن وقائع غير صحيحة أو مزاعم سيئة من شأنها أن تلحق به ضررا معنويا أو ماديا أن يستعمل حق الرد ... و يجب على مدير النشرية أو جهاز الإعلام السمعي البصري المعني أن ينشر الرد مجانا حسب الأشكال نفسها المحددة في المادة أعلاه**".و بتطبيق هذا النص العام، يحق للمهني الذي يعتبر نفسه متضررا من نشر نتائج التجارب المقارنة أو نتائج الدراسات أو من الإشهار المعاكس من طرف جمعيات حماية المستهلك سواء كان ذلك في مجلاتها المتخصصة أو عبر الصحف المختلفة أو عبر وسائل الإعلام السمعي البصري (الإذاعة والتلفزيون) أن يطلب الرد على ما يوجه له من انتقادات. ويمكن القول أن إمكانية الرد سواء في الصحف أو في الإذاعة والتلفزيون متاحة لكل مهني، حتى ولو كانت نتائج التجارب قليلة الأهمية، أي دون توفر خطأ في جانب صاحب المقال.

و بالعودة إلى نص المادة 45 السابقة، فإن مدير الصحيفة أو النشرية أو جهاز الإعلام السمعي البصري يلتزم بنشر الرد و ذلك باحترام عدة قواعد حددتها المادة 44 من نفس القانون التي جاء فيها:"**يجب أن ينشر الرد أو التصحيح فيما يخص النشرة اليومية في المكان نفسه و بالحروف نفسها التي طبع بها المقال المعترض عليه دون إضافة أو حذف أو تصرف أو تعسف في ظرف يومين من تاريخ الشكوى.**

كما يجب أن ينشر الرد أو التصحيح فيما يخص أية دورية أخرى في العدد الموالي لتاريخ تسلم الشكوى، أما الإذاعة و التلفزيون فيجب أن تبثا التصحيح في الحصة الموالية".

فمن خلال النص السابق فإن الرد يمارس طبقا للأحكام التالية:

أولا: فيما يتعلق بالمهني نفسه، فإنه يلتزم حسب المادة 47 من نقس القانون بطلب الرد في خلال شهرين من تاريخ نشر الخبر المعترض عليه و إلا سقط حقه فيه.[1]

ثانيا: يلتزم مدير الصحيفة أو جهاز الإعلام السمعي البصري بنشر الرد الذي يقدمه المهني مجانا (المادة 48من نفس القانون).

ثالثا: يجب نشر الرد في نفس المكان الذي نشر فيه المقال المردود عليه و الذي كان قد تضمن تقد السلعة أو الخدمة، و ينشر الرد بالحروف نفسها التي جاء بها هذا المقال. فإذا كان هذا الأخير قد كتب بالبنط العريض و في الصفحة الأولى، فيجب نشر الرد بنفس الشكل دون أية إضافة أو تعديل، و هذا لإعطاء المصداقية و تحقيق العدالة بين المهني و المستهلك.

رابعا: يجب نشر الرد في الصحف المكتوبة في ظرف يومين من تاريخ شكوى المهني أو طلبه الرد وهذا فيما يخص الصحف اليومية، أما بالنسبة للصحف الدورية (سواء كانت أسبوعية أو شهرية) فيلتزم بنشر الرد في العدد الموالي لتسلم طلب الرد (المادة 51 من قانون الإعلام). و في حالة رفض طلب الرد أو السكوت عنه، فإنه يحق للمهني إخطار المحكمة المختصة بعد مرور 08 أيام من تقديمه. أما بالنسبة للإذاعة و التلفزيون فيجب بث الرد أو التصحيح في الحصة الموالية أو في خلال اليومين المواليين لتسلم الشكوى فيما عدا ذلك.

غير أنه في جميع الأحوال فإنه يمكن رفض طلب الرد أو نشره في حالتين اثنتين نصت عليهما المادة 50 من قانون الإعلام، هما:

-إذا كان الرد في حد ذاته جنحة صحفية في مفهوم قانون الإعلام.

-إذا سبق نشر الرد بناء على طلب أحد الأشخاص المخول لهم ذلك.

---

[1]- خول المشرع الممثل القانوني للمهني المتضرر أن يحل محله في الرد في حال وفاته أو عجزه أو في حال وجود مانع شرعي، كما يثبت هذا الحق لأحد أقاربه الأصول أو الفروع أو الحواشي من الدرجة الأولى) نص المادة 49 من قانون الإعلام.

على أن ما يمكن ملاحظته في هذا الصدد، أنه نادرا ما يلجأ المهني إلى استعمال حقه في الرد، و يرجع ذلك ربما لاعتقاده بعدم فعالية هذه الوسيلة في مواجهة فئة المستهلكين كونهم غالبا ما يترحون إلى تصديق المقال الأول المتضمن النقد، إضافة إلى أنهم نادرا ما يقرؤون الرد الموجه له هذا من ناحية. و من ناحية أخرى، فالرد يعني جدلا و نقاشا حول المنتج أو الخدمة، وهو ما يؤدي إلى تأثير معاكس لرغبة المهني والمتمثل في تخوف المستهلك من المنتج محل الجدل حتى و لو كان موضوع الرد محاولة تبيان وإظهار خصائص وإيجابيات المنتج التي لم تأخذها التجارب والدراسات بعين الاعتبار.

من جهة أخرى، يمكن القول أن إمكانية الرد ممنوحة لكل مهني على كل مقال يتضمن الحديث بصورة ناقدة لمنتج أو خدمة قد يؤدي إلى اكتساح مجلات المستهلكين بالردود، و ربما يصبح من الضروري وجود عدد خاص بالردود إذا ما نشرت نتائج العديد من التجارب والدراسات.[1]

وإذا كان هذا هو الوضع بصفة عامة في الجزائر، فإنه على عكس من ذلك في فرنسا فالمشرع الفرنسي يفرق في حق الرد بين الصحافة المكتوبة و بين الصحافة المرئية والمسموعة. ففيما يتعلق بالرد في الصحافة المكتوبة نجد المادة 13 من قانون 29 جويلية 1981 المتعلق بحرية الصحافة، تسمح لكل شخص بما فيهم المهني الذي يعتبر نفسه متضررا من نقد قد وجه له في نشرية أو دورية، أن يبدي وجهة نظره فيما يخص نفس الموضوع في نفس النشرية أو الدورية. و حق الرد مكفول لكل شخص طبيعي أو معنوي الذي كان يسهل معرفته بغض النظر ما إذا كان المقال يحمل خطأ أو هجوما أولا، ويكون له حق الرد مجانا وبنفس الطريقة.

أما فيما يتعلق بالرد في الصحافة المسموعة أو المرئية، فإن المادة 06 من قانون 29 جويلية 1982 المتعلق بالإعلام السمعي البصري تسمح لكل شخص طبيعي أو معنوي أن يستعمل حق الرد، ولكن لا يكفي مجرد النقد البسيط لممارسة المهني لهذا الحق، فيجب لأن يكون النقد أكثر شدة مما قد يمس بشرف واعتبار المهني في حد ذاته، و ليس فقط بالسلعة أو المنتج. و ربما يرجع هذا التشديد إلى كون فتح مجال الرد على كل نقد بسيط سوف يعطل الوظيفة الإعلامية الأخرى لهاتين الوسيلتين. وقد عينت طرق ممارسة الرد و كيفياته بالمرسوم 87-246 لأفريل 1987.[1]

---

(1)- Jean calais-Auloy et Frank Steinmetz –précité- P 66-67.
(3)- Serge Guinchard – précité – P 10

الفرع الثاني: الدعوى الاستعجالية

طبقا للقواعد العامة، فإنه يمكن للمهني تطبيقا لنص المادة 183 من قانون الإجراءات المدنية[1]، أن يرفع دعوى استعجالية لرئيس المحكمة المختصة، يطلب فيها منع نشر نقد ما أو وقف صدور مجلة ما. وميزة هذا الإجراء أن أمر القاضي هنا يكون قبل توزيع المعلومات أو في بداية توزيعها، كما أنه يكون معجل النفاذ[1] مما يفيد في درء الخطر الذي يصيب المهني خاصة المؤسسات الكبرى. كما يمكن اللجوء إلى الدعوى الاستعجالية للحصول على أمر بإلزام نشر رد ما أو تصحيح عبر وسائل الإعلام بعد رفض ذلك دون مبرر شرعي.

وحتى يكون رئيس المحكمة مختصا يجب أن يتوفر في طلب المهني عنصر الاستعجال، و ذلك بأن تكون الحالة غير قابلة للانتظار أو لدرء خطر محدق، و ذلك بأن يكون نشر نقد منتج أو خدمة ما يشكل خطرا يهدد سمعة واستقرار المهني. على أنه في جميع الأحوال فإن تقدير ما إذا كان الأمر يعد استعجاليا أو لا يرجع للسلطة التقديرية للقاضي.

و يترتب على قبول الدعوى الاستعجالية أن على القاضي اتخاذ تدبير فعال وسريع من شأنه درء الخطر و تدارك الحالة كما سيق ذكره. و بطبيعة الحال طبقا للقواعد العامة، يلتزم القاضي بقاعدة عدم المساس بأصل الموضوع (المادة 186 إجراءات مدنية).[3]

غير أن ما يمكن ملاحظته عمليا أنه نادرا ما يلجأ المهني لهذه الدعوى، حيث يكون من الصعب عليه إثبات أن النقد الموجه إليه يشكل خرقا أو مخالفة أو تهديدا له،خاصة و أن دور جمعيات حماية المستهلك هو إعلام المستهلكين، ونشر نتائج التجارب المقارنة إذا كانت مبينة على أسس موضوعية ما هو إلا تطبيق لهذا الدور.

---

[1]- تنص المادة 183 من قانون الإجراءات المدنية :"في جميع أحوال الاستعجال فإنه يطلب برفع العريضة إلى رئيس الجهة القضائية الدرجة الأولى المختصة بموضوع الدعوى".

[2]- المادة 188 من ق.إ.م " تكون الأوامر الصادرة في المواد المستعجلة معجلة النفاذ بكفالة وبدونها"

- محمد إبراهيمي –الوجيز في الإجراءات المدنية – الجزء الأول- ديوان المطبوعات الجامعية –1999-ص من 133 إلى 144.

[3]- تنص المادة 186 ق.إ.م " الأوامر التي تصدر في المواد المستعجلة لا تمس بأصل الحق".

المطلب الثاني: المسؤولية المدنية و الجزائية لجمعيات حماية المستهلك

إن الطريق الثاني الذي يمكن لأي مهني أن يلجأ إليه للدفاع عن نفسه و حقوقه ضد تجاوزات جمعيات حماية المستهلك، هو اللجوء إلى القضاء من أجل إقامة مسؤوليتها عن الضرر الذي أصابه من جراء عملها في إعلام وتوعية المستهلكين.

والمسؤولية بوجه عام تقوم في حال الإخلال بمادة قانونية، و هي تنقسم إلى: مسؤولية مدنية تهدف أساسا إلى تعويض الضرر الحاصل، ومسؤولية جزائية تهدف بالأساس إلى حماية المجتمع ككل بالاقتصاص ممن أخل بأمنه و استقراره، و ذلك في حال ارتكاب مخالفة جزائية معرفة قانونا ومحدد عقابها. و عليه يمكن للمهني أن يثير مسؤولية الجمعيات بنوعيها المدنية والجزائية و ذلك حسب ظروف الحال والوقائع. ونتناول على هذا الأساس في هذا المطلب الفرعين التاليين:

- الفرع الأول: المسؤولية المدنية
- الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية

الفرع الأول: المسؤولية المدنية

إن المسؤولية المدنية بوجه عام تقوم في حال وجود ضرر يصيب الفرد، وجزاء ذلك هو التعويض للمضرور، و هي تنقسم إلى: مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية. و بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك فإننا سنتحدث عن مسؤوليتها التقصيرية تجاه المهني، على اعتبار أن المسؤولية العقدية تفترض وجود عقد بين شخص المسؤول و شخص المضرور وهو الأمر الذي يغيب في العلاقة بين الجمعية والمهني. إضافة إلى أننا سنحصر دراستنا أكثر في المسؤولية التقصيرية عن الفعل الشخصي، حيث أن الجمعية هنا تسأل شخصيا عن الأضرار التي تسببها بعملها للمهني.

وعليه فإنه طبقا للقواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، فإن للمهني الذي يعتبر نفسه متضررا من نقد خاطئ أو من عمل من أعمال الجمعيات في إطار قيامها بمهمة الإعلام و التحسيس، أن يلجأ إلى ممارسة

دعوى المسؤولية كوسيلة للدفاع عن حقوقه[1]، و يكون له ذلك طبقا لنص المادة 124 ق.م :"**كل شخص أصابه ضرر بسبب فعل شخص آخر يمكنه المطالبة بالتعويض**"[2].

ويتم رفع هذه الدعوى أمام المحكمة المدنية، وتكون الإجراءات في هذه الحالة أطول منها في الدعوى الاستعجالية، باعتبار أن القاضي ينظر في موضوع النزاع. ويهدف المهني من خلال هذه الدعوى إلى طلب التعويض عن الضرر الذي أصابه. وطبقا للقواعد العامة دائما، فإنه يجب على المهني أن يثبت جميع عناصر المسؤولية المتمثلة في الخطأ و الضرر و العلاقة السببية بينهما.إضافة إلى ذلك، فقد ألزم المشرع جمعيات حماية المستهلك كغيرها من الجمعيات باكتتاب تأمين على مسؤوليتها المدنية من أجل ضمان حق المهني في التعويض.

و عليه سنتناول في هذا المطلب ثلاث نقاط أساسية:

- أولا: شروط قيام المسؤولية
- ثانيا: آثار المسؤولية
- ثالثا: التأمين على المسؤولية

أولا: شروط قيام المسؤولية

أ- الخطأ:

على الرغم من صعوبة إعطاء تعريف جامع للخطأ و ذلك لعدم وجود تعريف قانوني له، إلا أنه كقاعدة عامة يمكن القول أن:" الخطأ هو انحراف عن السلوك العادي مع إدراك الشخص لذلك"، أو هو: "إخلال بالتزام قانوني مضمونه التزام واجب الحيطة و الحذر مع إدراك الشخص لذلك". فالخطأ يقوم على

---

[1]- أنظر في المسؤولية المدنية لجمعيات حماية المستهلك: Elie Alfandarie et Philipe Henri-Duthiel - précité - P 13- 18

[2]- يمكن الإشارة هنا، فقط للنقد الموجه لهذا النص، فالمشرع الجزائري بحسب الدكتور علي علي سليمان في مؤلفه "ضرورة إعادة النظر في القانون المدني الجزائري" ص 32-39، أهمل ركن الخطأ سهوا و ليس اعتناقا منه للنظرية الموضوعية التي تقيم المسؤولية التقصيرية على أساس الضر و هو ما يتأكد من خلال النص الفرنسي الذي ذكر مصطلح الخطأ.

عنصرين أساسيين هما: التعدي و الإدراك[1]. و تجدر الإشارة هنا إلى أن مفهوم الخطأ في المسؤولية التقصيرية يختلف عنه في المسؤولية العقدية التي يتجسد فيها الخطأ بالإخلال بأحد الالتزامات العقدية.

أما بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك، فإن الخطأ الذي قد يترتب في ذمتها قد يتمثل أساسا في عدم التزامها الدقة و الموضوعية في قيامها بأبحاثها و تجاربها، و الذي يترتب عنه نشر نتائج غير صحيحة مما يؤدي إلى الإضرار بالمهني. أو قد يتمثل خطؤها في دعوتها إلى مقاطعة منتجات أو خدمات مؤسسة ما دون أن تثبت سببا جديا لذلك. و عليه فما يكون على المهني إلا إثبات هذا الخطأ في ذمة الجمعية، و ذلك بكافة وسائل الإثبات باعتبار الخطأ من الوقائع المادية التي لا رقابة للمحكمة العليا عليها.

و كمثال على خطأ جمعيات المستهلكين، ما حدث في فرنسا من أن عدم التزام الاتحاد الفدرالي للمستهلكين بواجب الدقة و الموضوعية كان سببا في إقامة مسؤوليته في مواجهة شركة " *kleber colombs*"، و هو ما أكدته محكمة الاستئناف بباريس في أحد قراراتها الذي لخصت فيه تطور الاجتهاد القضائي فيما يخص واجب الموضوعية و الحذر، حيث جاء فيها:" إذا كان الاتحاد الفدرالي للمستهلكين له مهمة مفيدة و مشروعة في إعلام الجمهور عن طبيعة و نوعية المنتجات و الخدمات المعروضة عليه و في نفس الوقت تحديد التجاوزات و المخادعات التي قد يذهب ضحيتها، فعليه في هذه الحال أن يحافظ على مهمته لأن دوره قد يشكل أحيانا نقدا للآخرين موزع بشكل واسع، و ألا يتصرف بتعصب أو حدة أي بحذر و في الشروط التي تسمح بفتح المجال للتفاوض و الرقابة من طرف المهنيين للمعلومات التي تمسهم".[2]

ب- الضرر:

لقيام مسؤولية الجمعيات يجب على المهني، إضافة إلى إثبات ركن الخطأ، أن يثبت الضرر الذي أصابه، و ذلك بكافة طرق الإثبات باعتباره أيضا من الوقائع المادية. و الضـــرر كما عرفه فقهاء القانـــون هـــو:

---

[1]- نجد أيضا من بين هذه التعريفات: - تعريف بلانيول:" الخطأ إخلال بالتزام سابق".

- تعريف روبير : " الخطأ هو إخلال بالتزام سابق ينشأ عن العقد أو القانون أو قواعد الأخلاق".

- الدكتور/ محمود جلال حمزة – العمل غير المشروع باعتباره مصدر التزام – القواعد العامة. القواعد الخاصة- دراسة مقارنة بين القانون المدني السوري و القانون المدني الجزائري و القانون المدني الفرنسي- 1985- ص 26 إلى 68.

[2]- Serge Guinchard- précité- P 5

"إخلال بمصلحة مشروعة، أو هو ما يصيب الشخص في حق من حقوقه، وهو مناط التعويض، فلا تعويض دون ضرر". و هناك نوعان من الضرر: الضرر المادي و الضرر المعنوي[1]، و يشترط في الضرر الموجب للتعويض أن يكون محققا و مباشرا لم يسبق تعويضه و شخصي سواء كان متوقعا أو غير متوقع بالنسبة للمسؤولية التقصيرية.

فبالنسبة للضرر المادي فهو ما يصيب الشخص في ماله أو في جسمه أو في مصلحة مشروعة مما يسبب له خسائر مالية. و عليه فقد يتمثل الضرر المادي الذي يصيب الشخص المهني من جراء فعل جمعيات حماية المستهلك في انخفاض نسبة المبيعات أو قلة إقبال المستهلكين على السلع أو الخدمات التي يقدمها نتيجة تخوفهم منها بسبب النقد الذي نشرته الجمعية، و هو غالبا ما يؤثر على الناحية المالية للمهنيين بصفة عامة وبصفة خاصة على المؤسسات. كما قد يتجلى الضرر المادي بوضوح في الدعوات إلى المقاطعة التي تعلنها جمعيات المستهلكين، و التي تؤثر بشكل مباشر و قوي على الناحية المالية للمؤسسات، إن لم تهدد وجودها أحيانا.

أما الضرر المعنوي فهو ما يصيب الشخص في عاطفته أو شعوره أو شرفه و سمعته، أي أنه مساس بالناحية النفسية و العاطفية للشخص دون أن يسبب له خسائر مادية. و كمثال على الضرر المعنوي الذي قد يصيب المهني، هو المساس بسمعته مما يحط من وزنه في السوق و ذلك نتيجة للنقد الموجه للسلعة أو الخدمة التي يعرضها، أو نتيجة لمقاطعة التعامل معه و إعطاء معلومات كاذبة عنه.

و إذا كان المشرع الجزائري لم ينص في القانون المدني على التعويض على الضرر المعنوي، إلا أننا نجد ذلك في قوانين أخرى كقانون الإجراءات الجزائية في المادة الثالثة منه:" **تقبل دعوى المسؤولية عن كافة أوجه الضرر سواء مادية أو جسمانية أو أدبية...**".

(1) – الدكتور محمود جلال حمزة- المرجع السابق- ص 96

ج- العلاقة السببية:

من خلال نص المادة 124 فإنه يجب توفر علاقة السببية بين الخطأ و الضرر لقيام المسؤولية. و دون التفصيل في السبب الذي يعتد به لتحقيق علاقة السببية، يمكن القول أن هذه العلاقة لها خاصيتان:

- فأولا يجب أن تكون محققة بين الفعل الضار (الخطأ) و الضرر.
- و ثانيا يجب أن تكون مباشرة، أي أن يكون الخطأ هو الذي تسبب في الضرر أي أن ينشأ الضرر مباشرة عن الخطأ.

مما يعني بأنه في حال انقطاع علاقة السببية بين الخطأ و الضرر (أي إثبات السبب الأجنبي)[1]، والذي قد يتمثل إما في فعل الضحية نفسها، أي المهني في هذه الحال أو فعل الغير (غير جمعيات حماية المستهلكين) أو لوجود قوة قاهرة أو ظرف طارئ (نص المادة 129 ق.م.ج)، فإنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتنصل من المسؤولية، كما لو ثبت أن المقاطعة التي أدت إلى الإضرار بمؤسسة ما لم تكن هي صاحبة الدعوة إليها، أو أن انخفاض نسبة أرباح المؤسسة المدعية لم يكن بسبب النقد الذي وزعته الجمعية على جمهور المستهلكين.

ثانيا: آثار المسؤولية

إذا نجح المهني في إثبات جميع عناصر المسؤولية من خطأ و ضرر و علاقة سببية، ترتب عن ذلك مساءلة الجمعية في مواجهته. مما يعني حق المهني في الحصول على تعويض يتناسب مع الضرر الذي أصابه، و الذي يخضع تقديره للسلطة القضائية . و يشمل التعويض عادة ما لحق المضرور من خسارة و ما فاته من كسب، و ذلك طبقا لنص المادة $182/_2$ ق.م.ج و كذا ما جاء في في نص المادة 131 من نفس القانون:" **و يقدر القاضي التعويض عن الضرر الذي لحق المصاب طبقا لأحكام المادة 182**".[2]

---

[1]- د/ محمود جلال حمزة – المرجع السابق – ص 151-154.
أنظر نصي المادتين 131 و 132 ق.م.ج

[1]- Claude Vallon – précité – P 191-195

و الأصل في التعويض أن يكون في إعادة الحال على ما كان عليه قبل وقوع الفعل الضار، غير أنه قد لا يكون ممكنا و فعالا لذلك غالبا فإنه يصبح تعويضا نقديا أو ماليا. و عليه فقد يحكم عل الجمعيات بمبالغ مالية مرتفعة، و هو في الحقيقة ما يهدد إمكانياتها المادية خاصة و نحن نعلم أنها محدودة جدا، و لهذا يلاحظ عادة أن القاضي في تقديره للتعويض يبقى متأثرا بالناحية المادية للجمعية. كما يمكن للمحكمة، إضافة إلى الحكم بالتعويض، أن تحكم بنشر الحكم على حساب الجمعية.

و كمثال على متابعة جمعية، ما حدث للاتحاد الفدرالي للمستهلكين في فرنسا الذي حوكم بمسؤوليته في مواجهة شركة "*Arthur Martin*" عندما نشر معلومات خاطئة في مجلته "*Que choisir*" تتعلق بأحد منتجات الشركة في إطار تجارب مقارنة أجراها.

ثالثا: التأمين على المسؤولية

إن الجمعية باعتبارها شخصا معنويا، فهي تتحمل عدة التزامات خاصة ما يتعلق بمسؤوليتها عن الأضرار التي يمكن أن تحدثها عند ممارستها نشاطاتها. و إن لم تكن هذه المسؤوليات مغطاة بتأمين، فإن الجمعية يصعب عليها تعويض الأضرار التي تحدثها و الذي قد يهدد قدراتها المالية و حتى وجودها في حد ذاته[1]. كما أن ضعف الإمكانيات المالية للجمعيات بصفة عامة، و لجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة قد يعوق المهني المتضرر من نشاطها عن الحصول على تعويض يتناسب مع الضرر الذي أصابه. من أجل هذا ألزم المشرع الجمعيات بصفة عامة بضرورة اكتتاب تأمين على مسؤوليتها المدنية، حيث نص المادة في المادة 20 من قانون 90-31 على ما يلي:" **يجب على الجمعية أن تكتتب تأمينا لضمان الأخطار المالية المرتبطة بمسؤوليتها المدنية**".[1]

غير أنه و بالرجوع إلى الأمر 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 و المتعلق بالتأمينات في كتابه الثاني المتعلق بالتأمينات الإلزامية في الفصل الأول التأمينات البرية في قسمه الأول تأمينات المسؤولية المدنية، فإننا نجد المشرع يتحدث عن إلزامية التأمين بالنسبة المؤسسات العمومية و كذا بالنسبة للجمعيات الرياضية بصفة خاصة و لم يشر إلى الجمعيات الأخرى بما فيها جمعيات حماية المستهلك(المادة 172من الأمر السابق)

[1]- نشير أن قانون 87 نص على التأمين على المسؤولية المدنية للجمعيات في المادة 20 منه.

مما يجعلنا نتساءل عن مدى إلزامية هذا التأمين خاصة و أننا لا نجد، لا في قانون الجمعيات و لا في قانون التأمينات ما يؤكد ذلك كتقرير العقوبة في حال مخالفة هذا النص.

على أنه بصفة عامة، فإن التأمين على المسؤولية المدنية يتم عن طريق عقد يلتزم بمقتضاه المؤمن(الذي غالبا ما يكون شركة تأمين) بأن يضمن للشخص (هنا هو جمعية حماية المستهلك) مسؤوليته عما يترتب عل ما يصدر منه من ضرر للغير (المتمثل في المهني في هذه الحالة)، وذلك في مقابل ما تدفعه الجمعية من أقساط دورية.[1]

و تجدر الإشارة إلى أن التأمين على المسؤولية المدنية يشتمل على كافة أحوال المسؤولية العقدية والتقصيرية، و إن كان لا يعنينا في هذا المجال إلا التأمين على المسؤولية التقصيرية.

الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية

باعتبار الجمعية من الأشخاص المعنوية، فإنه يجدر بنا قبل الحديث عن مسؤوليتها الجزائية، أن نشير ولو بإيجاز للمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية بصفة عامة. هذه المسؤولية التي كانت محل جدل فقهي كبير بين معارض و مؤيد لها[2]، و الذي انتهى بضرورة قيام المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية بصفة عامة، وهو ما أخذ به قانون العقوبات الفرنسي الجديد و ذلك بتوفر شرطين أساسيين هما:

1- أن ترتكب الجريمة لحساب الشخص المعنوي
2- أن ترتكب الجريمة بواسطة أحد أعضاء الشخص المعنوي أو أحد ممثليه.[3]

و إن كنا لا نجد في التشريع الجزائري خاصة قانون العقوبات ما يشير إلى المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية بما فيها الجمعيات، إلا أنه يمكن الاعتماد على النصوص الخاصة لتقرير هذه المسؤولية وتحديد العقوبة المقررة.

---

(1)- أنظر نص المادة 619 ق.م.ج

(2)- الأستاذ/ إدوار غالي بطرس- المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية – بحث في مجلة إدارة قضايا الحكومة- السنة الثانية- العدد 04 - أكتوبر 1958- ص 72 و ما يليها.

(3)- د/ عمر سالم- المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية وفقا لقانون العقوبات الفرنسي الجديد – الطبعة الأولى- دار النهضة العربية- 1995- ص 43 و ما يليها.

إذن فيما يخص جمعيات حماية المستهلك، فإن عدم دقة و صحة المعلومات المنشورة من طرفها قد تؤدي إلى قيام مسؤوليتها الجزائية، خاصة إذا تعلقت بنقد منتجات أو خدمات معينة. و هذا إذا كان النقد خطيرا بحيث يؤدي يشكل قذفا كما هو معرف في نص المادة 296 من قانون العقوبات التي جاء فيها:"**يعد قذفا كل ادعاء بواقعة من شأنها المساس بشرف و اعتبار الأشخاص أو الهيئة المدعى عليها به أو إسنادها إليهم أو إلى تلك الهيئة**".

و تطبيقا لهذا النص، يمكن للمهني أن يرفع دعوى جزائية على الجمعية على أساس جريمة القذف[1]، بسبب النقد الموجه لمنتجاته أو خدماته التي يقدمها، إذا كانت عبارات النقد شديدة اللهجة و شخصية مما يمس بشرفه و اعتباره و بالتالي يشكل مخالفة جزائية. كما لو نشرت الجمعية موضوعا حول سلعة ما لمؤسسة ما، و في محاولة منها لتبيان عيوب هذه السلعة استعملت عبارات تعد مساسا باعتبار المؤسسة أو شخص المهني.

فالفقه يرى أن النقد يظهر في بعض الأحيان موجها للمنتَج أو الخدمة، و لكن في حقيقته موجه لشخص المنتِج أو المؤسسة، و هو ما دعمه نص المادة 296 من قانون العقوبات الذي لا يشترط أن يكون الادعاء مباشرا أو ذكر اسم الشخص الموجه له:" **و يعاقب على نشر الادعاء أو ذلك الإسناد مباشرة أو بطريق إعادة النشر و لو تم ذلك على وجه أو إذا قصد به شخص أو هيئة دون ذكر الاسم، و لكن كان من الممكن تحديدهما من عبارات الحديث أو التهديد أو الكتابة أو المنشورات أو اللافتات أو الإعلانات موضوع الجريمة**"، فيكفي فقط أن يمكن التوصل إلى شخص المهني أو المنتج من خلال العناصر السابقة.

و ما يؤكد أيضا حق المهني في رفع دعوى جزائية، ما جاء في نص المادة 45 من قانون الإعلام السابقة الذكر التي تتحدث عن حق كل متضرر في رفع دعوى. على أنه في جميع الأحوال يمكن للجمعية التنحي من المسؤولية إذا استطاعت أن تثبت صحة الادعاءات أو المعلومات التي نشرتها، أو إذا أثبتت حسن نيتها في قيامها بعملها مما يلغي العنصر المعنوي للجريمة و المتمثل في القصد الجنائي. و حسن النية يتضح جليا كلما كان هدف الإعلام يبدو أكثر جدية و مشروعية لتبرير العبارات المستعملة، و ينتهي كلما انتهى الهدف المشروع للادعاءات و المعلومات المقدمة.

---

[1]- د/ محمد صبحي نجم- شرح قانون العقوبات الجزائري (القسم الخاص)-الطبعة الثانية- د.م.ج 1996- ص 98 و ما يليها.

إذن قد تتحمل جمعيات المستهلكين المسؤولية في حال ثبوت الجريمة في حقها. و تكون العقوبة غالبا غرامة مالية تفرض على الجمعية، و التي تعد عقوبة رادعة خاصة إذا كان مبلغ الغرامة مرتفعا بالنظر إلى الإمكانيات المحدودة للجمعيات. كما قد تتمثل العقوبة في نشر الحكم كعقوبة ماسة بالسمعة، و هو ما قد يؤثر على نشاط الجمعية مستقبلا.

على أن ما تجدر الإشارة إليه أن قيام مسؤولية الجمعية كشخص معنوي لا يعني انتفاء مسؤولية الأشخاص الطبيعيين، كمدير المجلة أو النشرية أو كاتب المقال أو الخبر في هذه الحال، و هو ما جاء في المادة 41 من قانون الإعلام:" **يتحمل المدير أو كاتب المقال أو الخبر مسؤوليته عن أي مقال ينشر في نشرية دورية أو أي خبر يبث بواسطة الوسائل السمعية البصرية**"، و كذا المواد 42 و 43 من نفس القانون[1]. و تكون العقوبة هنا حسب ما جاء في المادة 298 من قانون العقوبات.

إضافة إلى ما سبق، يبقى للمهني الحق في إتباع أسلوب الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض عن الضرر المعنوي الناجم عن المساس بسمعته و اعتباره، فكل قذف يشكل بالضرورة خطأ بمفهوم المادة 124 ق.م[2]. على أن الملاحظ أن دعوى القذف المرفوعة غالبا ما ترفض بسبب أن النقد يكون موجها للسلعة أو الخدمة، و ليس لشخص المهني نفسه.

أما بالنسبة للمشرع الفرنسي، فقد عرف جريمة القذف و يسميها التشهير في المادة 29 من قانون 29 جويلية 1981 المتعلق بحرية الصحافة بأنها:" كل ادعاء من شأنه المساس بشرف و اعتبار الأشخاص سواء كان الشخص طبيعيا أو معنويا، و سواء اتهم في حياته الشخصية أو المهنية

---

(1)- أنظر نصي المادتين 42 و 43 من قانون الإعلام.

(2)- د/ عبد الرزاق أحمد السنهوري- المرجع السابق- ص 825.

و قد أخذ القضاء الفرنسي بدعوى التشهير في قضية الاتحاد الفدرالي للمستهلكين المسماة "*kleber Colombs*"، حيث اعتبر النقد الذي وجهه الاتحاد يشكل تشهيرا من شأنه المساس بشرف واعتبار المؤسسة [1]. و كذا ما حدث في قضية المستهلكين الذين قاموا بتعليق ملصقات و منشورات على زجاج إحدى المخابز احتجاجا على نوعية المنتج المقدم لهم، على الرغم من إثبات حسن نيتهم، و إن كانت الدعوى هنا لم ترفع على جمعية لحماية المستهلكين.

و فيما يتعلق بنتائج التجارب المقارنة، نجد أن حسن نية مجلة "*Que choisir*" بالنسبة للهدف المنشود من طرفها مقارنة مع المقال المدان، كان سببا في عدم مساءلتها جزائيا. فقد كان الهدف مشروعا، وهو فقط الإعلام دون نية للتجريح، و ذلك بإعطاء أكبر قدر من المعلومات للمستهلك قصد تمكينه من الاختيار و الشراء. كما يمكن للمهني متابعة الجمعية على أساس دعوى تقليد العلامة المعاقب عليها في المواد 390 و 391 من قانون العقوبات.

---

(1)- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité- P 486-487.

المبحث الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى

إن قيام جمعيات حماية المستهلك بدورها في الإعلام و التحسيس و التوعية، لا يعني تفادي جميع المخاطر و الأضرار التي قد تصيب المستهلك. فالوقاية وحدها غير كافية، و لهذا فمتى وقع الضرر وجب جبره، و لا يكون ذلك إلا باللجوء إلى القضاء و رفع دعوى للمطالبة بالتعويض. و إن كان الأصل أن المستهلك هو الوحيد صاحب الحق في رفع هذه الدعوى باعتباره صاحب الصفة و المصلحة فيها، إلا أن المشرع و لأسباب واقعية و موضوعية خول بصف استثنائية جمعيات حماية المستهلك حق رفع الدعوى للدفاع عن المستهلك أو التدخل في الدعوى التي يرفعها بصفة فردية.

غير أن أهم ما تجب الإشارة إليه في هذا الصدد، أن هذه الدعوى تكون غالبا على ضوء التشريع الفرنسي الذي يعد مرجعا لتحديد شروط و كيفيات ممارسة جمعيات المستهلكين لدعواها، كما أننا سنرى التطور الحاصل في هذا المجال. و سنرى أن التشريع الجزائري لا يزال فقيرا في هذا الموضوع، حيث سنعتمد فقط على ثلاث نصوص أساسية:

الأول: نص المادة 16 من قانون 90-31 المتعلق بدعوى الجمعيات بصفة عامة.

الثاني: نص المادة 12 من قانون 89-02 المتعلق بدعوى جمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة.

الثالث: نص المادة 96 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة.

و عليه سنحاول من خلال هذا المبحث الإجابة على سؤالين أساسيين:

- ما مدى صفة جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى؟
- ما هي الدعاوى التي ترفعها جمعيات المستهلكين؟ و ما هي شروط ممارستها؟

و سنجيب على هذين السؤالين من خلال دراستنا للمطالب الثلاث الآتية:

- المطلب الأول: مدى صفة جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى.
- المطلب الثاني: دعاوى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصلحة الجماعية.
- المطلب الثالث: دعاوى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصلحة الفردية.

المطلب الأول: مدى صفة جمعيات حماية المستهلكين في رفع الدعوى.

قبل التطرق إلى صفة الجمعية في رفع الدعاوى للدفاع عن المستهلك، فإنه يجدر بنا من باب أولى أن نتطرق لصاحب الحق الأصيل في ممارسة الدعوى عن مصالحه بصفة فردية، ألا و هو المستهلك نفسه باعتباره المتضرر بصفة مباشرة من فعل المهني. و بعد أن نتبين هذا الأمر، فإننا نجد أن القانون، و لدوافع واقعية و اجتماعية خول بصفة استثنائية بعض التجمعات و من بينها الجمعيات، حق رفع الدعوى نيابة عن الأشخاص الذين تمثلهم، باعتبار أن هذا يدخل ضمن عملها و نشاطها الأساسي.

و عليه، نتناول في هذا المطلب الفرعين التاليين:

- الفرع الأول: حق المستهلك في رفع الدعوى بصفة فردية.
- الفرع الثاني: ثبوت الصفة لجمعيات حماية المستهلك.

الفرع الأول: حق المستهلك في رفع الدعوى بصفة فردية.

إن المستهلك هو صاحب الحق الأصيل في رفع الدعوى للدفاع عن حقوقه باعتباره صاحب الصفة والمصلحة فيها، و هما الشرطان الأساسيان لممارسة أي دعوى أمام القضاء طبقا للقواعد العامة.(1)

فبالنسبة لشرط الصفة، و على الرغم من أن المشرع الجزائري في نص المادة 459 من قانون الإجراءات المدنية التي جاء فيها:" **لا يجوز لأحد أن يرفع دعوى أمام القضاء ما لم يكن حائزا لصفة وأهلية التقاضي و له مصلحة في ذلك**"، لم يعرف الصفة و اكتفى فقط بذكرها، إلا أنه يمكن القول أنه يقصد بها أن يكون الشخص صاحب الحق هو الذي يباشر الدعوى. و بديهي أن ذلك يتوفر في المستهلك لأنه صاحب الحق في التعويض عن الضرر الذي يصيبه جراء فعل أو خطأ المهني، و لهذا يمكنه اللجوء إلى القضاء طالبا حمايته.

---

(1)- خديجة قندوزي – حماية المستهلك من الإشهارات التجارية على ضوء مشروع قانون الإشهار سنة 1999- رسالة ماجستير – كلية الحقوق – جامعة الجزائر- 2002- ص 49 و ما يليها.
د/ محمد براهيمي- المرجع السابق- ص 23 إلى 28.

أما فيما يتعلق بشرط المصلحة المذكورة في النص السابق، فيقصد به أنه على المتقاضي أن يبرر مصلحته في رفع الدعوى. و يشترط في المصلحة أ، تكون قانونية، أي يعترف له القانون بحق ما و يحميه، وأن تكون حالة قائمة و ليس محتملة، و هو أيضا ما يتوفر في المستهلك، حيث أن مصلحته في رفع الدعوى ضد المهني هي الدفاع عن حقه في السلامة و حقه في الحماية التي يمنحها له القانون.

و أخيرا فيما يخص الأهلية كشرط ثالث لرفع أي دعوى، فمن البديهي ألا تمارس الدعوى إلا من طرف شخص تكون له الأهلية الكاملة لمباشرة جميع حقوقه. و في حال نقص الأهلية أو انعدامها لأي سبب من الأسباب، فتطبق في هذه الحال القواعد العامة، فيمكن مثلا أن تباشر الدعوى من طرف ولي أو نائب عن المستهلك الضحية.

و عليه، إذا توفرت هذه الشروط في المستهلك فإنه من حقه اللجوء إلى القضاء لطلب الحماية. لكن هل يتم ذلك فعلا؟ إن الواقع هو الذي يجيبنا، فنادرا مل يلجأ المستهلك إلى رفع دعوى لطلب التعويض عما أصابه من ضرر من جراء فعل المهني، و هذا لعدة أسباب تعد موضوعية و فعلية. فالفائدة التي يتحصل عليها المستهلك من دعواه لا تتعادل البتة مع ما يتحمله من نفقات و مصاريف و ما يتكبده من وقت ضائع و إجراءات طويلة و معقدة من أجل الحصول على حقه، و الذي قد يتمثل في التعويض عن سلعة لا تتعدى قيمتها بضع دنانير. فهل يتصور أن يلجأ المستهلك إلى القضاء من أجل المطالبة بالتعويض عن كيس حليب فاسد اشترته من تاجر؟

إضافة إلى ذلك، فانعدام التوازن المالي بين المهني و المستهلك يجعله يتردد إن لم نقل يتنازل عن حقه في التعويض، لمعرفته أنه وحيد أعزل أمام القوة الاقتصادية و المالية للمهني، مما يدفعه إلى تحمل الضرر حتى و لو كان متعلقا بسلامته الجسدية. من ناحية أخرى، فالنيابة العامة هي أيضا عادة ما تهمل ملاحقة هذه المخالفات لضآلة معظمها و كثرتها في الحياة اليومية، حتى لا ترهق القضاء بدعاوى لا طائل منها.[1]

---

[1]- خديجة قندوزي- المرجع السابق- ص 148- 149

د/ السيد أحمد السيد عمران- المرجع السابق- ص 13-14

على أنه قبل التفصيل في هذا، يجدر بنا أن نشير إلى أن مباشرة المستهلك للدعوى بنفسه يكون ضد المهني في كل أشكاله، سواء كان البائع أو الموزع أو المنتج[1]، و إن كان هذا الأمر يعد مخالفا لمبدأ الأثر النسبي للعقد باعتبار أن العقد قد تم بين المستهلك و البائع مثلا، غير أن ذلك كان لضمان حماية أكبر للمستهلك ، لأن القواعد العامة غير كافية في هذا المجال، لهذا خول له المشرع الرجوع على كل متدخل في العملية.[2]

لكل هذه الأسباب و لغيرها خول المشرع لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعاوى للدفاع عن المستهلكين، خاصة لمل لها من ذمة مالية تمكنها من الإنفاق على الدعاوى و تحقق بها شيئا من التوازن مع القوة المالية للمهني،كما أن ذلك يسمح بالدفاع عن المصلحة الجماعية وليس الفردية فقط للمستهلكين.

الفرع الثاني: ثبوت الصفة لجمعيات حماية المستهلك.

على الرغم من أن الصفة في رفع الدعوى لا تثبت إلا لصاحب الحق نفسه، غير أنها قد تثبت لبعض التجمعات و ذلك لوجود رابطة وثيقة بين مصالح صاحب الحق المدعى به و بين المصالح الخاصة للتجمع. وتعد هذه الصفة استثنائية يمنحها القانون بشكل خاص و ذلك لحماية مصلحة عامة جماعية.[3]

و في هذا الإطار، فقد اعترف مثلا للنقابة بهذه السلطة و هذا بموجب المادة 16 من قانون 90-04 المؤرخ في 02 جوان 1990 المتعلق بكيفيات ممارسة الحق النقابي، بحيث تم منح صلاحيات مطلقة للنقابة لرفع الدعاوى للدفاع عن المصالح المهنية لأعضائها.

---

[1] - تنص المادة 20 من المرسوم التنفيذي 50-266 الصادر سنة 1990 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات:" يمكن للمستهلك وفقا للمادة 12 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في فبراير 1989 المذكور أعلاه أن يتابع المحترف المتعاقد معه و كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك."

[2] - د/ جمال النكاس – المرجع السابق- ص 111-112- 113

[3] - د/ محمد إبراهيمي – المرجع السابق – ص 33- 34

- د/ السيد أحمد السيد عمران- المرجع السابق – ص 148-149

- مركب حفيزة –المرجع السابق- ص 73

غير أن الأمر كان مختلفا بالنسبة للجمعيات بصفة عامة، فقد كان القضاء الفرنسي لا يقبل دعواها على اعتبار أنها مجرد تجمعات خاصة لا يمكنها أن تتدخل في صلاحيات الدولة في الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع. و هو الأمر نفسه بالنسبة لجمعيات المستهلكين، على أساس أن مصلحة هؤلاء هي من المصالح العمومية التي تتكفل الدولة بالدفاع عنها.

من ناحية أخرى، فالقضاء يعتبر أن الجمعيات لا تتوفر على شرط المصلحة الشخصية و المباشرة طبقا للقواعد العامة لممارسة الدعوى. و في هذا الإطار فقد رفضت محكمة النقض الفرنسية في قرار يعد من قرارات المبدأ الصادر في 15 جوان 1923 دعوى الجمعيات للدفاع عن المصلحة الجماعية على أساس أن الجمعية تختلف عن النقابة في أنها لا تمثل بحكم القانون المهنة التي ينتمي إليها أعضاؤها.[1]

غير أن تشعب العلاقات الاجتماعية لا يسمح للدولة و ممثليها بممارسة صلاحياتها كاملة و في كافة الجهات للدفاع عن المصالح العامة للمجتمع، لهذا كان من الضروري الاعتراف للجمعيات بحق الدفاع عن هذه المصالح، لاسيما و أنها تكون أقرب إلى الضحايا أو المتضررين. و لهذا فقد حصل تطور على مستوى القضاء الفرنسي، بحيث بدأ في قبول دعوى بعض الجمعيات، و من بينها جمعيات حماية المستهلك التي اعترف لها المشرع الفرنسي بحق الدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين بموجب قانون 27ديسمبر1973 المسمى قانون " *Royer*"، و ذلك في مادته 46 التي سمحت لجمعيات المستهلكين بممارسة حق التقاضي أمام جميع الجهات القضائية بشأن الأفعال التي تشكل ضررا على المصلحة الجماعية للمستهلكين.[2]

غير أن هذا النص أصبح فيما بعد محل تفسير ضيق من طرف القضاء، و ذلك في قرار لمحكمة النقض في 12 جويلية 1985، حيث لم يعد يسمح إلا بالدعوى المدنية لجبر الضرر الناجم عن مخالفة جزائية.

---

[1]- د/ السيد أحمد السيد عمران- المرجع السابق- ص 150

-Gérard Sousi- précité- P 166

[2]- Article 46 du loi de 1973 : « Les associations régulièrement déclarées ayant pour objet statuaire explicité la défense des consommateurs peuvent si elles ont été agréées a cette afin exercer devant toute juridiction l'action civile relativement aux fait portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif des consommateurs. Elles doivent être indisponibles de toute forme d'activité professionnel ».

لكن فيما بعد صدر قانون 88-14 لجانفي 1988 المتعلق بدعوى جمعيات المستهلكين و الذي تمم بقانون 92-60، الذي أعطى بموجب المادة الأولى منه الحق لجمعيات المستهلكين في مباشرة الحقوق المعترف بها للطرف المدني بالنسبة للأفعال التي تشكل ضررا مباشرا أو غير مباشر للمصلحة الجماعية للمستهلكين. و فيما بعد حولت جميع الأحكام إلى قانون الاستهلاك الفرنسي في المواد 412/01-427/03.[1]

أما بالنسبة للوضع في الجزائر، فإن فقر نشاط الجمعيات الناجم عن صلابة الأمر 71-79 حال دون بروز اجتهاد قضائي حول مسألة قبول دعوى الجمعيات. أما قانون 87-15 فقد أشار إلى حق الجمعيات في التقاضي في مادته العاشرة، غير أنه لم يتحدث عن الدفاع عن المصالح الجماعية أو الفردية لأعضاء الجمعية.

لكن قانون 90-31 جاء صريحا في مادته 16 في إعطاء الجمعيات حق رفع الدعوى للدفاع عن المصلحة الجماعية أو الفردية، و إن كان ها الاعتراف نتيجة بديهية للاعتراف للجمعية بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية، و قد جاء النص كالآتي:" **تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية و الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها طبقا للمادة 07 من القانون و يمكنها حينئذ أن تقوم بما يأتي:**

-أن تمثل أمام القضاء و تمارس خصوصا أمام المحاكم المختصة حقوق الطرف المدني بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية و تلحق ضررا بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية". فطبق لهذا النص، يمكن للجمعيات بصفع عامة بما فيها جمعيات حماية المستهلك أن تمثل أمام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية أو الفردية لأعضائها.

و قد دعم المشرع هذا النص بنص آخر فيما يخص جمعيات حماية المستهلك، و هذا تأكيدا منه على سعيه لتحقيق حماية خاصة للمستهلك، حيث نص في المادة 12 من قانون 98-02 على أنه:"**إضافة إلى ذلك فإن جمعيات المستهلكين المنشأة قانونا لها الحق في رفع الدعاوى أمام أي محكمة مختصة بشأن الضرر الذي ألحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها**".

---

[1]- Article 427-472 du code de la consommation –Edition DALLOZ- 1999

كما نص في المادة 96 من الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة:" يمكن لجمعيات حماية المستهلك و الجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون و كذلك كل شخص طبيعي أو معنوي أو ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا الأمر كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم".[1]

و عليه فإن صفة جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى للدفاع عن المستهلكين قد ثبتت لها من خلال النصوص السابقة، و يكون لها على هذا الأساس أن تمارس الدعاوى سواء للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين بتأسيسها كطرف مدني في الدعاوى الناجمة عن مخالفة جزائية، أو في غياب مخالفة جزائية كما هو الحال في دعوى إلغاء الشروط التعسفية، أو بالتدخل في الدعاوى التي يرفعها المستهلك بصفة فردية دعما لادعاءاته، أو دفاعا عن المصلحة الفردية للمستهلكين كما هو الحال بالنسبة للدعوى المقترنة و الدعوى الجماعية.

و ما تجب ملاحظته في هذا الصدد، أن تدخل الجمعيات لحماية حقوق المستهلك الناجمة غالبا عن علاقة عقدية بين المستهلك و المهني، يعد مخالفا لمبدأ الأثر النسبي للعقد. غير أننا نكرر أن الأمر يتعلق بحماية خاصة قد لا تتفق أحيانا مع كثير من القواعد العامة، لأن هذه الأخيرة لم تحقق الحماية الكاملة المرجوة منها، كما أن حماية المستهلكين هي مسؤولية جماعية وحق جماعي وبالتالي فتدخل الجمعيات له ما يبرره.[2]

يبقى أن نشير أيضا إلى أنه يجب توفر شرط الأهلية في الجمعية لممارسة أي دعوى، و قد رأينا فيما سبق متى تكتسب الجمعية الأهلية لممارسة حقوقها و ذلك بعد اكتسابها للشخصية المعنوية. أما فيما يتعلق بشرط المصلحة فهو ما سوف نتبينه من خلال دراسة كل دعوى على حدى.

و قبل أن نفصل في الدعاوى التي تمارسها جمعيات حماية المستهلك، يجب أن نحدد أطراف الدعوى وهما:

---

(1)- أ/ علي بولحية بن بوخميس – المرجع السابق- ص 67

-Mme. Sahri Fadila – précité - P 26

(2)- د/ جمال النكاس – المرجع السابق – ص 110

- الجمعية كمدعية و قد عرفناها في الفصل الأول من هذا البحث و وجدنا أنها شخص معنوي، مما يعني أنها تمارس حقوقها بما فيها حق التقاضي عن طريق ممثلها القانوني الذي يحدده إما القانون المنظم للجمعيات بصفة عامة أو قانونها الأساسي. غير أننا لا نجد في قانون 90-31 نصا يحدد الشخص الذي يمثل الجمعية و يتقاضى باسمها و لحسابها. و الأكيد أن المشرع ترك ذلك لحرية الأشخاص المكونين للجمعية تطبيقا لمبدأ الحرية العقدية، و بالتالي يحدد الممثل القانوني في القانون الأساسي و يمكن أن يكون الرئيس أو الأمين العام أو غيرهم، و هذا على خلاف قانون 87-15 الذي حدد الممثل القانوني للجمعية في المادة 20 منه، حيث أعطى لرئيس الجمعية حق تمثيلها أمام القضاء.

- أما الطرف الثاني فهو المهني، و قد سبق أيضا تعريفه في سياق تحديد مفهوم الحماية و المستهلك

و نشير أخيرا إلى أنه مثلها مثل المستهلك، فالجمعية يمكنها متابعة المهني في كل أشكاله، أي كل متدخل في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك سواء كان منتجا أو موزعا أو بائعا... إلخ.

المطلب الثاني: دعوى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصلحة الجماعية.

بعد أن رأينا كيف تثبت للجمعيات الصفة لممارسة الدعاوى للدفاع عن المستهلكين بصفة عامة، فإننا نجدها تمارس عدة أنواع من الدعاوى خاصة ما تعلق منها بالدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين التي تعد في حد ذاتها الهدف الذي تسعى إليه جمعيات المستهلكين، سواء كان ذلك في حال وجود مخالفة جزائية أو في غيابها كما هو الأمر بالنسبة للشروط التعسفية.[1]

كما نجد أن الجمعية يمكنها أن تتدخل في الدعاوى التي يرفعها المستهلكون بصفة فردية للدفاع عن المصلحة الجماعية، و هو ما جسده المشرع في نصي المادتين 16 من قانون الجمعيات و المادة 12 من قانون حماية المستهلك، و إن كان قد أغفل حق الجمعيات في التدخل مما يدفعنا للرجوع للقواعد العامة في هذا المجال.

---

[1]- د/ العيد حداد –المرجع السابق- ص 159 و ما يليها.

و على هذا الأساس نتناول في هذا المطلب ثلاث فروع أساسية:

- الفرع الأول: الدعوى المدنية في حال وجود مخالفة جزائية.
- الفرع الثاني: دعوى إلغاء الشروط التعسفية.
- الفرع الثالث: تدخل الجمعية في التراعات الفردية.

الفرع الأول: الدعوى المدنية في حال وجود مخالفة جزائية.

طبقا لنص المادة 16 من قانون 90-31 و المادة 96 من الأمر 95-06 السابقتي الذكر، فإن جمعيات حماية المستهلك بإمكانها أن تمارس حقوق الطرف المدني بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية، وتسبب ضررا بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية. و في هذه الحال، لا تمارس الدعوى المدنية للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين إلا في حال وجود مخالفة جزائية و التي تشكل ضررا للجمعية.

و تتأسس الدعوى هنا على أساس المادة 124 من ق.م.ج، فالجمعية تطلب التعويض عن الضرر الحاصل للمصلحة الجماعية للمستهلكين و الناجم عن المخالفة الجزائية التي اقترفها المهني، و التي تشكل خطأ مدنيا. و هذه الدعوى تمارسها الجمعية بالأصالة عن نفسها أي باسمها، و لهذا فغياب احتجاج من المستهلك لا يمنعها من ممارسة دعواها.

و عليه مما سبق يشترط لممارسة هذه الدعوى شرطان أساسيان:

أولا: أن يكون هناك خطأ من جانب المهني، و أن يشكل هذا الخطأ مخالفة جزائية، و يفهم هذا من خلال عبارة "الطرف المدني"، و لا يهم النص الذي يعرف هذه المخالفة، سواء كان في قانون العقوبات كالجرائم المتعلقة بالغش في بيع المواد و السلع الغذائية المنصوص عليها في المواد من 422 إلى 439، وكمثال على ذلك: تشكل مخالفة جزائية محاولة خداع المستهلك في طبيعة و الصفات الجوهرية أو في تركيب السلع(1)، أو في قوانين أخرى كقانون المنافسة مثلا: المادة 53 المتعلقة بإشهار الأسعار.

ثانيا: يجب أن تؤدي المخالفة إلى ضرر يمس بالمصلحة الجماعية للمستهلكين، و المشرع في نص المادة 16 لم يشر إلى نوع الضرر مما يفهم منه أنه قصد الضرر بنوعيه المادي و المعنوي. و حتى نفهم الضرر الحاصل

للمصلحة الجماعية، يجب أن نفهم المصلحة الجماعية في حد ذاتها و التي تعد الأساس الذي تعتمد عليه الجمعيات في رفع دعوى التعويض في هذه الحالة.

غير أنه من الصعوبة بمكان إعطاء تعريف واضح و دقيق لها. فهناك من يرى أن المصلحة الجماعية تتميز عن المصلحة العامة الملقاة على عاتق الدولة من ناحية، و من ناحية أخرى فهي لا تعني مجموع المصالح الفردية للمستهلكين، و عليه فهي تستوفي مجموع المصالح التي تهدف الجمعية إلى تحقيقها و الدفاع عنها، كما هو الحال مثلا في المنافسة غير المشروعة، فجمعيات حماية المستهلك تعمل على حماية هذا الأخير من المخاطر و الأضرار التي تنجم عن الممارسات المنافية للمنافسة المشروعة.[2]

هناك أيضا من يحاول أن يعرف المصلحة الجماعية على أنها المصلحة المشتركة لمجموع المستهلكين المتضررين من جراء تصرف منتشر على نطاق واسع، كالإشهار الكاذب أو الإعلانات الخادعة. و على حد تعبير البعض الآخر، فالمصلحة الجماعية تجمع بين المصلحة الفردية لكل مستهلك على حدى و بين المصلحة العامة لمجموع المواطنين.[3]

أما فيما يخص الضرر في حد ذاته فيطرح التساؤل حول ما إذا كان على الجمعية إثبات الضرر الواقع للمصلحة الجماعية؟

طبقا للقواعد العامة، فعلى الجمعية إثبات جميع أركان المسؤولية ليثبت حقها في التعويض. إذن عليها أن تثبت أن المصلحة الجماعية للمستهلكين قد أصابها ضرر من جراء المخالفة الجزائية التي ارتكبها المهني، مما يعني أن الجمعية نفسها أصيبت بضرر، و هو ما يدفع البعض إلى أن يؤكد على ضرورة أن تثبت الجمعية ضررا خاصا بها مستقلا عن الضرر الذي يصيب المستهلكين بصفة عامة، و هو الأمر الذي يعد صعبا للغاية إن لم نقل أنه مستحيل.

---

[1]- أنظر نصوص المواد من 422 إلى 439 من قانون العقوبات الجزائري.
- د/ محمد صبحي نجم- المرجع السابق- ص 182 إلى 187.

[2]- M.Kahloula et C.Meckemcha- précité- P 60
-Mme Sahri Fadila- précité- P 26-27.

[3]- د/ أحمد محمد محمد الرفاعي- المرجع السابق- ص 746.

غير أن البعض الآخر يرى أن الضرر يمكن استنتاجه من الظروف، فالغش والتدليس في بيع المنتجات يمس بالضرورة الجمعية في هدفها المتمثل أساسا في حماية المستهلك من هذه الممارسات. إذن ليس على الجمعية أن تثبت ضررا خاصا بها، بل يكفي أن تثبت الضرر الذي يصيب المستهلكين ليثبت الضرر للجمعية باعتبار أن القانون خول لها الدفاع عن هؤلاء.[1]

و بالنسبة لنا، هذا هو الرأي الأرجح الذي يحقق حماية أكبر للمستهلك، لأنه من الصعوبة إن لم نقل من الاستحالة أن يثبت ضرر خاص بالمستهلك و ضرر خاص بالجمعية، و الجمعية نفسها تعمل من أجل المستهلك.

و عليه، إذا توفر الشرطان السابقان يمكن للجمعية أن تمارس دعواها للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين، و يكون الاختصاص القضائي المحلي طبقا للقواعد العامة للجهة القضائية التي يقع بدائرتها موطن المدعى عليه أي المهني[2]، أو مكان الفعل الضار باعتباره يشكل مخالفة جزائية. أما بالنسبة للاختصاص النوعي، فالدعوى لا ترفع إلا أمام الجهات القضائية الجزائية، فالجمعية لا يمكنها إلا أن تتأسس كطرف مدني ولا يمكن أن ترفع دعوى تعويض أمام القضاء المدني.

إذا نجحت الجمعية في إثبات مسؤولية المهني، فيمكنها أن تطالب بالتعويض عن الأضرار التي أصابت المصلحة الجماعية، وذلك لحسابها وليس لحساب المستهلكين. وكيفية تقدير التعويض تخضع للقواعد العامة، و قد سبق الحديث عن ذلك في إطار الحديث عن المسؤولية المدنية للجمعيات، على أن القاضي يأخذ بعين الاعتبار المبالغ المحددة من طرف الجمعيات إضافة إلى خصوصية عملها.

إضافة إلى التعويض، يمكن للجمعية أيضا المطالبة بوقف الممارسات غير المشروعة، وهذا لمنع ضرر محتمل، كالمطالبة مثلا بسحب منتج غير مطابق للمواصفات القانونية أو وقف إشهار كاذب. كما يمكن لها أن تطلب نشر الحكم وهذا على حساب المهني.

---

(1)- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité- P 476.
- Gérard Sousi – précité- P 165-171.
- Raymond Martin- Procédures judiciaires civiles de règlement des litiges des consommateurs - Juris classeur- Concurrence et consommation – Fascicule 1240-Edition 1994- P 6-9 .

(2)- أنظر المادة 8 من ق.إ.م

الفرع الثاني: دعوى إلغاء الشروط التعسفية

إن وجود حماية خاصة للمستهلك كان بسبب نقص وعدم كفاية القواعد العامة، وهو ما يتأكد من خلال دراسة أحكام هذه الدعوى. فطبقا للقواعد العامة وخاصة المادة 110 من ق.م التي جاء فيها:" **إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها وذلك وفقا لما تقتضيه العدالة، و يقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك**"، فيمكن للطرف المتعاقد أن يلجأ للقضاء لطلب تعديل بعض شروط العقد أو إعفائه منها إذا تبين أنها كانت تعسفية. ومجال الشروط التعسفية ينحصر غالبا في العقود التي تتم عن طريق الإذعان، أي التي يحتكر فيها طرف سلعة أو خدمة مما يجعله يملي شروطه على الطرف الآخر بحيث لا يكون لهذا الأخير إلا قبولها جملة أو رفضها جملة دون نقاش. لهذا فغالبا ما يستعمل الطرف الأول نفوذه الاقتصادي ليضع بعض الشروط التي تمنحه ميزة خاصة، والتي تكون تعسفية وتضر بالطرف الآخر خاصة وأن العقد في كثير من الأحيان يكون معدا مسبقا (عقد نموذجي).

وإذا تمعنا في العلاقة بين المهني و المستهلك، فإننا نجدها غالبا ما تتجسد في عقد إذعان، وهو ما يفتح المجال واسعا لوجود الشروط التعسفية و فرضها من طرف المهني على المستهلكين. لهذا كان من الطبيعي طبقا للقواعد العامة أن يكون للمستهلك الحق في اللجوء إلى القضاء لرفع دعوى لإلغاء أو تعديل مثل هذه الشروط. و في غياب نصوص خاصة في قانون حماية المستهلك،فإن الدعوى تتأسس على نص المادة السابقة.

و مادام هذا الحق يثبت للمستهلك الضحية، ف'نه يثبت أيضا للشخص القانوني الذي يمثله، و عليه يمكن لجمعيات حماية المستهلك اللجوء للقضاء لرفع دعوى لإلغاء الشروط التعسفية. وتعد هذه الدعوى نوعا آخر من الدعاوى التي تمارسها الجمعيات للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين، لأن وجود مثل هذه الشروط يمس بهذه المصلحة. وعليه فلا يشترط في هذه الدعوى وجود مخالفة جزائية مما يعني أنها لا تتأسس على نص المادة 16 من قانون الجمعيات، و لا على نص المادة 96 من قانون المنافسة، ولكن يمكن القول أنها تجد أساسها القانوني في نص المادة 12 من قانون حماية المستهلك. وإن كان المشرع لم يشر إليها

بشكل مباشرة، إلا أنه يمكن استنتاج ذلك من مضمون النص مادامت هذه الدعوى تهدف أيضا إلى الدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين.

وحتى نفهم هذه الدعوى ، يجدر بنا أن نعرف الشرط التعسفي، فبالنسبة للفقه فإنه يعتبر تعسفيا الشرط المحرر مسبقا من جانب الطرف الأكثر قوة و يمنح له ميزة فاحشة عن الطرف الآخر، أو أنه في عقد إذعان مبرم بين مهني ومستهلك محرر مسبقا من طرف واحد بواسطة المهني، يعتبر تعسفيا كل شرط بالنظر للميزة القاصرة على المهني،يؤدي إلى عدم توازن في حقوق والتزامات الأطراف.

و من خلال هذين التعريفين، يمكن القول أنه يوجد معيارين لتحديد كون الشرط تعسفيا من عدمه، أحدهما اقتصادي وهو تعسف النفوذ الاقتصادي، و الثاني قانوني وهو الميزة الفاحشة التي يحصل عليها المهني.[1]

أما بالنسبة للتشريع، فنجد المشرع الفرنسي في المادة $132/_1$ من قانون الاستهلاك يعرف الشرط التعسفي بأنه "ذلك الذي يكون في عقود مبرمة بين مهنيين ومستهلكين و يكون محله أو أثره إنتاج عدم توازن في حقوق والتزامات الطرفين". و يلاحظ في هذا الصدد أن المشرع الفرنسي كان جد متطور، حيث أنه يضع قائمة للشروط التعسفية مكونة من 17 شرطا على شكل ملحق في قانون الاستهلاك، ونجد من بينها الشروط المحددة لمسؤولية المهني في حال وفاة المستهلك...إلخ.[2]

أما فيما يتعلق بدعوى جمعيات حماية المستهلك في إلغاء الشروط التعسفية، فقد نص عليها في المادة $412/_6$ من قانون الاستهلاك. وقد أخذ القضاء الفرنسي بها في إحدى قرارات محكمة النقض الصادر في 05 أكتوبر 1995.[3]

---

(1)- jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité –p 170

(2)- د/ أحمد محمد محمد الرفاعي – المرجع السابق –ص 212.

(3)- Gilles paisant – L'action des associations des consommateurs en suppression des clauses abusive et la réparation des préjudices causés à l'intérêt collectif des consommateurs – recueil le Dollaz –Droit des affaires – hebdomadaire 175 – Année 03 - Février 2000 – N°5/6970 – P 1613.

في الأخير، يمكن القول أن موضوع هذه الدعوى يتمثل أساسا في المطالبة بإلغاء الشروط التعسفية التي قد تتضمنها العقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين، و الهدف هو إعادة التوازن في هذه العلاقة. كما يمكن للجمعية المطالبة بالتعويض لحسابها و ليس لحساب المستهلك عن الضرر الناجم عن المساس بالمصلحة الجمعية للمستهلكين، والذي يعد في حد ذاته-على حد تعبير المشرع الجزائري- ضررا معنويا للجمعية يمس بنشاطها وهدفها.

أخيرا يمكن القول أن دعوى إلغاء الشروط التعسفية تعد من الدعاوى الوقائية، لأنها تهدف إلى منع وقوع الضرر بالمستهلك، حيث يمكن للجمعية أن ترفعها حتى في غياب احتجاج من طرف المستهلك. على أن السؤال الذي يطرح نفسه بإلحاح في هذا المجال هو: ألا يستطيع المستهلك وبالتالي الجمعية المطالبة بإلغاء الشروط التعسفية في غير عقود الإذعان؟

كما سبق الذكر، فإن العلاقة بين المهني والمستهلك تقترب كثيرا من عقد الإذعان بالنظر للأطراف المتعاقدة، فالمهني يتمتع بالقوة الاقتصادية و المالية و التقنية، وهو ما يمنحه ميزة خاصة على المستهلك الذي يفتقد إلى كل هذه العناصر مما يجعله في موقف ضعف. إلا أن مفهوم الإذعان في القواعد العامة يفترض وجود طرف يحتكر سلعة أو خدمة (كشركة الكهرباء والغاز) مما يجعله بفرض شروطه على الطرف الثاني، وفي غير هذه الحالة لا نكون أمام عقد إذعان. فعقد البيع مثلا الذي يجمع بين تاجر و مستهلك لا يعد عقد إذعان إذا لم يكن التاجر هنا محتكرا الشيء المبيع، إلا أن عنصر النفوذ الاقتصادي متوافر، و في رأينا هو أكثر أهمية من عنصر الاحتكار، بل هو الأساس في وجود الشروط التعسفية. لهذا كان من الضروري وجود نص خاص يقرر حماية للمستهلك، بحيث يمنحه الحق في المطالبة بإلغاء الشروط التعسفية حتى في غير عقود الإذعان. و لا يمكن التحجج هنا بأن العقد قد تم بطريق المساومة أو المناقشة أن ذلك لا يمنع المهني في كثير من الأحيان من أن يفرض بعض الشروط التي قد تمون تعسفية، استغلالا منه لضعف موقف المستهلك في جميع النواحي.

و برأينا فإن إعطاء هذه الحماية شيي من المبالغة مادام تقدير كون الشرط تعسفيا من عدمه يخضع للسلطة التقديرية للقاضي الناظر في الدعوى، و ذلك لكون هذا الأخير يأخذ بعين الاعتبار مبادئ العدالة.

الفرع الثالث: تدخل الجمعية في النزاعات الفردية

إذا كان المشرع لم ينص في قانون حماية المستهلك بصفة خاصة على حق جمعيات المستهلكين في التدخل في الدعاوى التي يرفعها أي مستهلك متضرر بصفة فردية، إلا أنه وتطبيقا للقواعد العامة خاصة المادتين 94 و 108 من ق.إ.م[1]، يمكن لجمعيات المستهلكين إذا كانت لها مصلحة مشروعة في النزاع القائم بين المهني و المستهلك أن تتدخل في الدعوى إما تدخلا انضماميا أو تدخلا أصليا، و ذلك للدفاع عن المصلحة الجماعية.[2]

فالتدخل الانضمامي أو التبعي يتم بغرض مساعدة أحد الخصوم، فالجمعية هنا تتدخل في النزاع لتأييد طلبات أحد أعضائها المنخرطين أو حتى لتأييد مستهلك غير منخرط في دعواه ضد المهني. و ما يبرر هذا التدخل، بالرغم من أن الجمعية تعتبر من الغير في الدعوى، هو وجود حق أو مركز قانوني لها متصل بشخص المتدخل. على أنه في كل الأحوال يكون للقاضي السلطة التقديرية في قبول التدخل أو رفضه، كما أن الجمعية في حال تدخلها تدخلا تبعيا لا تلتزم بإثبات ضرر خاص بها أي ضرر خاص بالمصلحة الجماعية، و إنما يكفي هنا الضرر الشخصي للمستهلك كأساس لتدخل الجمعية. و يكون التدخل هنا طبقا للقواعد العامة في أية حالة كانت عليها الدعوى[3]، كما أن الجمعية تتحمل مصاريف التدخل على لأساس أن المستهلك لم يطلب تدخلها.

و إضافة إلى تدخل الجمعية لتأييد مستهلك ما في دعواه، يمكنها التدخل بصفة أصلية، لأي أن تطلب الحكم لها بطلب مرتبط بالدعوى، و لهذا يسمى هذا التدخل أيضا بالتدخل الهجومي، حيث لا يقتصر على مجرد الدفاع، إذ يمكن للجمعية أن تطلب الحكم لها بطلب مرتبط بالدعوى، و هذا في حال ضرر أصاب المصلحة الجماعية للمستهلكين. وفي هذه الحالة تلتزم الجمعية بإثبات هذا الضرر، و إذا نجحت في ذلك يمكنها أن تطالب بالتعويض أو وقف الممارسات غير المشروعة أو إلغاء شرط تعسفي مثلا، والذي يكون مستقلا عن التعويض الذي يطالب به المستهلك. كما يمكن للجمعية أن تطلب نشر الحكم وتوزيعه.

---

[1]- تنص المادة 108 ق.م :" لا يقبل التدخل إلا إذا كان صادرا ممن له مصلحة قائمة و حالة في النزاع".

[2]- د/ محمد براهيمي- الوجيز في الإجراءات المدنية –الجزء الأول –د.م.ج 1999 – ص 98-100.

[3]- تنص المادة 94 ق.إ.ج :"تقبل طلبات التدخل في أي حالة كانت عليها الدعوى".

وعلى عكس المشرع الجزائري، فقد نص المشرع الفرنسي على إمكانية تدخل الجمعيات في الدعاوى الفردية التي يرفعها المستهلكون في المادة 412/07 من قانون الاستهلاك، و التي تسمح للجمعيات المعتمدة بالتدخل أمام القضاء المدني عند الطلب الفردي الذي يكون محله التعويض من الأضرار التي تصيب المستهلك أو عدد من المستهلكين بسبب أفعال لا تشكل مخالفة جزائية، وهو ما يعني أن التدخل لا يتم إلا في دعوى التعويض المتعلقة بالمسؤولية المدنية. كما لا يمكنها التدخل إذا كان المستهلك مدعى عليه،على الرغم من أنه في هذه الأحوال فالتدخل هو من الضرورة بمكان.(1)

المطلب الثالث: دعوى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصلحة الفردية

إذا كانت الدعوى المدنية الممارسة في إطار المصلحة الجماعية تمكن الجمعيات من المطالبة باسمها ولحسابها بالتعويض عن الأضرار التي تصيب المصلحة الجماعية للمستهلكين، فإن الدعوى الممارسة في إطار المصلحة الفردية تسمح لها بالدفاع عن المصالح الفردية لمجموعة من المستهلكين، فهي تعمل على تجميع المصالح الفردية إلى دعوى واحدة ممارسة من طرف جمعية تمثل المستهلكين المعنيين و ذلك باسمهم ولحسابهم، ويكون ذلك في شكل إما دعوى مقترنة أو دعوى جماعية.

وقبل التفصيل في هاتين الدعويين، تجدر الإشارة إلى أن دراستهما تتم على ضوء القانون المقارن أي التشريع الفرنسي، و ذلك لغياب نصوص قانونية واضحة في هذا النوع من الدعاوى في التشريع الجزائري. فإن كانت المادة 16 من قانون الجمعيات تسمح لها بالدفاع عن المصلحة الفردية، إلا أنها تشترط وجود مخالفة جزائية، فإن المادة 12 من قانون حماية لا تشير بتاتا إلى حق جمعيات حماية المستهلكين في الدفاع عن المصلحة الفردية.

و عليه نقسم هذا المطلب إلى الفرعين التاليين:

- الفرع الأول: الدعوى المقترنة
- الفرع الثاني: الدعوى الجماعية

(1)- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité –P 479- 480.

الفرع الأول: الدعوى المقترنة

تعتبر هذه الدعوى حديثة وتمثل تقدما كبيرا في مجال حماية المستهلك وكذا في فاعلية جمعيات المستهلكين، و قد نص عليها المشرع الفرنسي في المادة 422 من قانون الاستهلاك[1]، و التي أتبعها بالمواد من 422 مكرر 1 إلى 422 مكرر 10 المتضمنة لأحكام و شروط وكيفيات ممارسة هذه الدعوى.[2]

و من تحليل المادة السابقة و نصوص المواد المشار إليها، يمكن القول أن شروط ممارسة جمعيات حماية المستهلك للدعوى المقترنة هي كالآتي:

أولا: أن تكون الجمعية مؤسسة قانونا ومعتمدة، إضافة إلى ذلك يشترط أن تكون الجمعية وطنية، أي معترف لها بالصفة التمثيلية على المستوى الوطني، مما يعني أنه لا يمكن للجمعيات الإقليمية أو المحلية أن تمارس هذه الدعوى، وإن كنا لا نرى الحكمة من ذلك حيث يتصور حدوث نفس الشيء على المستوى الإقليمي.

ثانيا: تمارس هذه الدعوى من طرف جمعيات حماية المستهلك في حال إصابة مجموعة من المستهلكين معينين بضرر من جراء فعل نفس المهني و يكون مصدره مشتركا، كما لو تعرض عدد من المستهلكين لحالات من التسمم من جراء تناول كميات من الجبن والحليب إما مشتراة من نفس البائع أو مصنعة أو منتجة من نفس الشركة أو المؤسسة.

و لا يشترط في الدعوى المقترنة أن يشكل فعل أو خطأ المهني مخالفة جزائية، فالجمعية يمكنها الإدعاء بضمان العيوب الخفية كما إذا وجد عيب في آلة ما و تضرر منه عدد من المستهلكين، وفي هذه الحالة فالجمعية يمكنها ممارسة حقوق الطرف المدني. على أنه يلاحظ على النص السابق أنه يشترط أن يكون

---

(1)- Article 422 du code de la consommation : « Lorsque plusieurs consommateurs, personnes physiques, identifiés, on subi des préjudices individuels qui on été causé par le fait d'un même professionnel, et qui en une origine commun, toute association agréé et reconnue représentative sur le plan nationale en application des dispositions du titre 1er peut si elle est mandatée par au moins deux consommateurs concernées agir en réparation devant toute juridiction au nom de ces consommateurs ».

(2)- أنظر نص هذه المواد في قانون الاستهلاك الفرنسي.

-Elie Alfondarie et philipe Henri-Duthiel –précité- P 1326.
-Mémento pratique – précité –P 51-52
-Michel Lecref – précité – P 154- 155

المستهلكين المتضررين معروفين و محددين، فهل يعني ذلك أنه يجب تحديد جميع الضحايا مسبقا؟ و لا يمكن إعطاء إجابة أكيدة لأن الدعوى المقترنة تفقد محتواها و تصبح مستحيلة في حال تضرر عدد هائل من المستهلكين يصعب إحصاؤه.[1]

ثالثا: يشترط لقبول دعوى الجمعيات أن تكون حاصلة على وكالة من طرف اثنين على الأقل من المستهلكين المتضررين، و التي تمنحها الصفة لممارسة الدعوى. وهو ما يفرقها عن الدعوى الممارسة في إطار المصلحة الجماعية حيث لا تحتاج الجمعية إلى وكالة.

واشتراط وكالة من طرف اثنين من المستهلكين يثير التساؤل حول ما إذا كان بإمكان مستهلك واحد توكيل جمعية لتباشر الدعوى محله؟ البعض يرد بالإيجاب، بل و يرى من الضرورة إعطاء المستهلك هذا الحق لأنه يؤكد فاعلية الجمعية في أداء دورها من ناحية، كما أنه من ناحية أخرى يعد دعما للمستهلك. غير أن البعض الآخر يشترط توكيلا مكتوبا من قبل عدد من المستهلكين حتى تستطيع الجمعية مباشرة الدعوى المقترنة، أما إذا لحق الضرر بمستهلك واحد فيمكن للجمعية أن تدعي بالحق المدني لصالحه إذا أثبتت أن هناك مساسا بالمصلحة الجماعية للمستهلكين.[2]

و بالعود لشرط الوكالة، فإنه يشترط فيها أن تكون مكتوبة ومحدد موضوعها. و في حال تقديمها للجمعية فهذه الأخيرة، كما سبق الذكر، تمارس الدعوى لحساب موكليها أي المستهلكين المتضررين الذين أوكلوها (لا يشترط في المستهلكين أن يكونوا أعضاء منخرطين في الجمعية)، أما باقي المتضررين فيحتفظون بحقهم في ممارسة الدعوى بصفة فردية. و بموجب هذه الوكالة فإن الجمعية تمثل أمام القضاء وتعمل على إتمام جميع الإجراءات الضرورية، كما عليها إعلام المستهلكين الضحايا الذين أوكلوها بالجهة القضائية التي تنظر الدعوى وكذا تاريخ الجلسات و غيرها من الإجراءات(المادة 422 مكرر 3 من قانون الاستهلاك الفرنسي).

كما يمكن أن تتضمن الوكالة تحمل الجمعية جميع مصاريف الدعوى، مما يعني أنه في حال فشلها يمكنها الرجوع إلى المستهلكين الضحايا الموكلين. كما قد تتضمن الوكالة إمكانية إلغائها من طرف الجمعية

---

(1)- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz – précité – P 481.

(2)- أحمد محمد محمد الرفاعي – المرجع السابق – ص 266.

شرط إعلام المستهلك الموكل بذلك، وكذا إمكانية ممارسة الجمعية لإجراء الطعن[1]. وطبقا لهذه الوكالة، فالإعلانات التي تخص المستهلك الضحية توجه للجمعية، أما إذا ألغيت الوكالة فإن المستهلك الموكل يمكنه مواصلة الدعوى كما لو أنه باشرها بنفسه. لكن في حالة حل الجمعية لأي سبب من الأسباب، يمكن للمستهلكين الضحايا تقديم الوكالة لجمعية أخرى لمواصلة الدعوى.

أما فيما يخص الاختصاص القضائي المحلي فيعود إلى الجهة التي يقع بدائرتها محل إقامة المهني المدعى عليه طبقا للقواعد العامة في الإجراءات المدنية، أو محل حصول الفعل الضار. أما الاختصاص النوعي، فإن الجمعية لها كامل الحرية في ممارسة هذه الدعوى أمام أي جهة قضائية سواء كان قضاء استعجاليا أو عاديا، وسواء كان مدنيا أو إداريا أو جزائيا.

و أخيرا فيما يتعلق بموضوع الدعوى، فإن هدف الجمعية من ممارستها للدعوى نيابة عن جماعة المستهلكين يتمثل أساسا في الحصول على تعويض عن الأضرار التي أصابت المستهلكين بصفة فردية، و هو ما يفرقها عن الدعوى الممارسة في إطار المصلحة الجماعية. و عليه إذا ربحت الجمعية الدعوى فالتعويض لا يعون لها و إنما للضحايا، أما إذا خسرت دعواها ضد المهني فإن المستهلكين لا يتحصلون على أي تعويض كما يفقدون حقهم في ممارسة الدعوى بصفة فردية.

و ما يمكن ملاحظته أيضا على هذه الدعوى، أنه بالرغم من أهميتها كونها تجمع دعاوى فردية مما يغلق الباب أمام أحكام قضائية مختلفة وتعمل على إقامة قضاء مستقر، إلا أن البعض ينتقدها من حيث أنها تشكل خطرا على الجمعية، فهي من جهة مسؤولة في مواجهة المستهلكين الذي أوكلوها، و من جهة ثانية مسؤولة في مواجهة المهني.[2]

---

[1]- Raymond Martin – précité – P 18.
[2]- jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz –précité- P 481

الفرع الثاني: الدعوى الجماعية

انطلاقا من الانتقادات الموجهة للدعوى المقترنة، فإنه يجب الذهاب إلى أبعد من ذلك لحل المسائل التي تصيب عدد من المستهلكين بصفة فردية، وهو ما حدث فعلا في الولايات المتحدة الأمريكية أين توجد ما يسمى بالدعوى الجماعية تحت اسم "Class action"[1]. كما أن البعض يؤكد على ضرورتها لأنه دائما بإمكان الجمعية دون الحاجة إلى وكالة مساعدة واحتضان الدعاوى الممارسة بصفة فردية من طرف المستهلكين. أما في فرنسا فما تزال الدعوى الجماعية مجرد مشروع تقدمت به لجنة تنقيح قانون الاستهلاك.

و الدعوى الجماعية مثلها مثل الدعوى المقترنة تعمل على تجميع دعاوى فردية للمستهلكين في دعوى واحدة تمارسها جمعية تمثلهم. فهي تمارس في حالة إصابة عدد من المستهلكين بضرر من نفس الفعل، غير أنها تختلف عن الدعوى المقترنة في أمرين أساسيين:

الأول: لا يشترط في الدعوى الجماعية أن يكون عدد المستهلكين الضحايا معروفا و محددا مسبقا كما هو الحال في الدعوى المقترنة.

الثاني: لا يشترط تقديم وكالة من المستهلكين للجمعية لمباشرة الدعوى، فالجمعية يمكنها مباشرة الدعوى الجماعية حتى دون إعلام المستهلكين المتضررين، و عليه إذا نجحت في إقامة مسؤولية المهني عن طريق الدعوى الجماعية، فإنه بإعلام المستهلكين المتضررين يمكنهم عن طريق طلب بسيط المطالبة بالاستفادة من الحكم المذكور، كما أنه يبقى للمستهلكين الآخرين الحق في ممارسة الدعوى بصفة فردية

غير أن هذه الدعوى تصطدم بمبدأ " نسبية أثر الحكم الفضائي" الذي يعمي أنه لا يستفيد من الحكم و لا يكون له أثر إلا فيما بين أطراف الدعوى، و لا يتعدى إلى شخص لم يكن طرفا فيها. لكن يرد على ذلك بأن كل مستهلك يبقى له الحق في قبول أو رفض الحكم المتعلق بالجماعة كما يبقى له الحق في ممارسة الدعوى بصفة فردية.[2]

---

[1]- د/ جمال النكاس – المرجع السابق- ص 114.

[2]- Raymond Martin – précité – P 16.

قبل أن نختم هذا المبحث، يجدر بنا أن نقدم ملاحظة على نص المادة 12، حيث نجد أنها فتحت المجال واسعا أمام جمعيات حماية المستهلك لرفع الدعاوى أمام جميع الهيئات القضائية بغرض الدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين، وهو الأمر الذي يثنى عليه المشرع الجزائري، لأنه بهذا يكون قد أكد الإرادة في تقرير حماية خاصة للمستهلكين.

إلا أن ما يعاب عليه من ناحية أخرى، أنه أهمل مهمة جمعيات المستهلكين في الدفاع عن المصلحة الفردية، على الرغم من أهمية هذا الأمر كون دور جمعيات المستهلكين لم يكتمل إلا بإعطائها هذا الحق. كما أهمل حق هذه الجمعيات في التدخل في النزاعات التي يرفعها المستهلكون بصفة فردية، سواء للدفاع عن مصلحة جماعية أو فردية على الرغم من أهمية و ضرورة ذلك.

إضافة إلى ذلك، نلاحظ أن المشرع يتحدث عن الضرر و لا يذكر الخطأ ما قد نفهم منه أنه لا يجب على الجمعيات إثبات الخطأ في جانب المهني، و إنما يكفي أن تثبت الضرر الحاصل للمصلحة الجماعية، وهو ما قد نفسره على أنه أخذ بالنظرية التي تقيم المسؤولية التقصيرية على أساس تحمل التبعة مسايرا في ذلك التطور الحاصل في هذا المجال. و قد نعتبره من جانب آخر تأكيدا للإرادة التشريعية في تحقيق حماية أوسع مدى للمستهلك.


الخاتمة

ما يمكن قوله في خاتمة هذا البحث المتواضع، أن موضوعا يتعلق بحماية المستهلك بصفة عامة يبقى بالنسبة لنا و بالنسبة للكثيرين من الموضوعات المتجددة، و هو ما يعطيه ميزة خاصة ويفتح المجال لدراستـــه و التعمق فيه من جميع نواحيه. و إن كنا في هذا البحث قد تطرقنا إلى جانب قد يبدو غريبا وقد يثير دهشة الكثيرين، ألا و هو جمعيات حماية المستهلك، إلا أن إصرارنا كان كبيرا للخوض في هذا المجال على الرغم من الصعوبات الجمة التي واجهتنا.

و من خلال التحليل و الدراسة، رأينا أن وجود جمعيات حماية المستهلك هو تكريس لمبدأ دستوري، يتمثل في حرية إنشاء الجمعيات. وهي تخضع لقانون 90-31 المتعلق بالجمعيات، و من خلال النصوص القانونية التي جاءت فيه ، وجدنا أن الجمعية هي قبل كل شيء عقد، و على هذا الأساس فهي تخضع للقواعد العامة المطبقة في هذا المجال و للمبادئ التي تحكم العقود، خاصة مبدأي سلطان الإرادة و الحرية التعاقدية. كما أن خصوصية محل هذا العقد الذي يهدف في الأساس إلى تجميع الجهود والنشاطات لتحقيق أكبر حماية للمستهلك و ترقية حركة الدفاع عنه، تجعله يتميز عم العقد العادي. هذا الأمر في حد ذاته يعد سببا في إعطاء الجمعية الشخصية المعنوية لتمكينها من تحقيق هذا الهدف الذي يعد اجتماعيا يمس كل المستهلكين، و ليس فقط الأعضاء المؤسسين للجمعية.

و قد رأينا أيضا أن جمعيات حماية المستهلك، في إطار قيامها بنشاطها المتمثل أساسا في إعلام و توعية و تحسيس جمهور المستهلكين، لها أن تلجأ إلى استغلال وسائل الإعلام العامة وذلك حسب إمكانياتها، كما لها أن تصبح مصدرا إعلاميا في مجال حماية المستهلك، و ذلك بأن تقوم بإصدار نشريات أو مجلات متخصصة في هذا المجال.كما لها أن تلجأ إلى وسيلة أكثر فعالية وخطورة ، ألا و هي الدعوى إلى مقاطعة التعامل مع سلعة أو خدمة ما بسبب غلائها أو خطورتها على المستهلك.

غير أن جمعيات حماية المستهلك في أدائها لهذا الدور قد تكون محل مساءلة قانونية من طرف المهني إذا تجاوزت الهدف المشروع الذي تعمل في إطاره، وهو ما يعني ضرورة إعطاء حماية للمهني، و التي تتجسد إما في حقه في الرد على جميع أعمال الجمعية أوفي إقامة مسؤوليتها المدنية أو الجزائية.و قد يستغرب البعض أن نتناول حماية المهني في موضوع يتعلق بحماية المستهلك، إلا أننا لا نرى تناقضا في ذلك بقدر ما نراه تأكيدا

لهدف القانون بصفة عامة، ألا و هو تنظيم العلاقات بين الأفراد ومحاولة العدالة بين حقوق و واجبات جميع الأطراف.

إضافة إلى ما سبق، لقد خول المشرع لجمعيات حماية المستهلك الصفة لمباشرة الدعاوى للدفاع عن المصلحة الجماعية وكذا الفردية للمستهلكين، وهو الأمر الذي يعد تأكيدا لإرادة المشرع في تحقيق الحماية للمستهلك.

و ما يمكن قوله في خلاصة الأمر، أن تحليلنا للنصوص القانونية سواء تلك المتعلقة بالجمعيات من جهة، أو تلك المتعلقة بحماية المستهلك من جهة أخرى، وذلك بالاعتماد على القواعد العامة في هذا المجال، قد سمح لنا بالتوصل إلى عدة ملاحظات نضيفها إلى ما سبقت الإشارة إليه عند التحليل.فمن الناحية القانونية و النظرية، نجد النقص الفادح إن لم نقل الخطير في النصوص القانونية المتعلقة بالجمعيات بصفة عامة، وجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة بالمقارنة بمدى التطور التشريعي المذهل بالنسبة للوضع في فرنسا، لاسيما ما تعلق بدورها في الإعلام و التحسيس أو في رفع الدعاوى للدفاع عن المستهلكين. و هو ما يجعلنا ندعو بإلحاح المشرع الجزائري إلى محاولة مسايرة هذا التطور بإعادة النظر في كل من قانوني الجمعيات وحماية المستهلك، خاصة بعد مرور أكثر من عشرية من الزمن على مجودهما و ما واكب ذلك من تطورات مذهلة على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي.كما ندعوه إلى سن قوانين خاصة منظمة لجمعيات حماية المستهلك في هدفها و عملها، مما يعطي لها الإطار القانوني الواضح الذي يسمح لها بالنشاط و الفاعلية أكثر في مجال الدفاع وتوعية المستهلكين.

و إن كنا لا ندعو لنقل التشريع الفرنسي بالقدر الذي نتطلع فيه لمواءمة هذا التطور مع واقع المستهلك الجزائري، الذي برأينا هو أكثر حاجة للحماية و أكثر حاجة لمن يدافع عنه في ظل الفوضى التي تعيشها الأسواق الجزائرية، و في ظل اللامبالاة سواء من طرف المهنيين أو السلطات العمومية عبر كافة الهيئات و المؤسسات.

أما من الناحية التطبيقية، فنجد أن الجمعيات بصفة عامة لا تزال و ربما ستبقى لفترة، بعيدة مفهوما مستهجنا و مهمشا، و هذا ليس تشاؤما بقدر ما هو واقعية في النظرة المستقبلية في المجتمع الجزائري، ويتضاعف هذا الأمر إذا تحدثنا عن جمعيات حماية المستهلك.

وما يلاحظ أن المشرع و المجتمع المدني يمنح مكانة لبعض الجمعيات خاصة الرياضية. و على الرغم من أهمية هذا الجانب، إلا أننا ننبه إلى جانبي يبدو لنا أكثر أهمية و ضرورة و إلحاح في الوقت الراهن، ألا و هو الجانب الاستهلاكي، فقبل كل شيء كلنا مستهلكون، و الفرد قبل أن يفكر في ممارسة أي نشاط رياضي أو ثقافي فإنه بالدرجة الأولى يبحث عن ضمان لسلامته المالية و المادية و الجسمية فيما يعرض عليه من سلع وخدمات.

وما يلاحظ أيضا هو الغياب شبه التام للجمعيات على أرض الواقع، و إن كان عددها يقارب حاليا 40 جمعية، إلا أن تواجدها الفعلي يبدو بعيدا جدا عن طموح المستهلك الجزائري، كما أن نشاطها محدود إن لم يكن منعدما بالنسبة للكثير منها.فعلى مستوى الإعلام مثل، تغيب جمعيات حماية المستهلك عن أداء دورها في تحسيس و توعية المستهلكين بحقوقهم وبما يتعرضون له من مخاطر، فهي لا تستغل وسائل الإعلام المختلفة أحسن استغلال، و لا هي تعمل بمبادرة منها على إعلام المستهلكين بوسائلها الخاصة.

و إن كنا من جهة أخرى نفسر هذا الضعف على أساس نقص الإمكانيات المادية و المالية للجمعيات بصفة عامة بما فيها جمعيات حماية المستهلك، ما يعني بأنها بحاجة ماسة للاهتمام من طرف السلطات العمومية، و ذلك بجميع الوسائل خاصة ما تعلق بالإعانات المالية، وهو الأمر الذي يغيب تماما. و نكرر السؤال الذي طرحناه في صلب الموضوع: ما مدى إرادة السلطات العمومية في تحقيق حماية للمستهلك؟

أما على مستوى التطبيقات القضائية، فإنها تغيب تماما في هذا المجال، حيث أنه لم يحدث و أن قامت إحدى جمعيات حماية المستهلك بممارسة حقها في رفع الدعاوى للدفاع عن المصالح الجماعية أو الفردية للمستهلكين، على الرغم من أننا نسمع يوميا عن حالات تسمم و تجاوزات أدت في كثير من الأحيان إلى وفيات. و هو الأمر الذي يرجع أيضا لنقص الإمكانيات و كذا حداثة هذه الجمعيات. و على خلاف

ذلك، يلاحظ في فرنسا وجود جمعيات حماية المستهلكين بقوة و بشكل فعال، وتمارس دورها على لأكمل وجه و على جميع المستويات.

بالرغم من كل ما سبق، فإننا نتجرأ وندعو جمعيات المستهلكين إلى التكتل في شكل إتحادات، مما يمنحها القوة و القدرة المالية لمواجهة المؤسسات والشركات الكبرى. الأمر الذي يدفعنا أيضا إلى لدعوتها بأن تحاول تأكيد حضورها على المستوى الإقليمي و العربي و الدولي للاستفادة من خبرات المنظمات العاملة في هذا المجال.

أخيرا، يمكن إضافة ملاحظة كثيرا ما وجدناها أثناء إنجاز هذا البحث، و هي أن الكتابات والبحوث في ما يخص جمعيات حماية المستهلك في الجزائر تكاد تكون منعدمة، وجل من تطرقوا لحماية المستهلك بصفة عامة لا يولون لهذا الجانب أي اهتمام و يمرون عليه مرور الكرام من خلا ل فقرة أو فقرتين في بحوثهم ككل، الأمر الذي يدفعنا أيضا إلى دعوة الدارسين و الباحثين في مجال حماية المستهلك إلى محاولة الاهتمام بالبحث و الدراسة في هذا الجانب كغيره من الجوانب الأخرى. فإن كنا نطمح للدفاع عن المستهلك فالأجدر بنا أن نولي اهتماما بالشخص المعنوي الذي يمثله، ألا و هو الجمعية و إلا فإننا نقع في تناقض كبير.

الملاحـــــــق

الملحق رقم 01

القانون 90–31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990

المتعلق بالجمعيات

قانون رقم 90-31 مؤرخ في جمادى الأولى عام 1411 الموافق 04 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات

إن رئيس الجمهورية:

– بناءا على الدستور لاسيما المواد 23و 39 و40 و53 و113و 115 و117 منه

– و بمقتضى الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو 1966 و المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم

– و بمقتضى الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر 1975 و المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم

– و بمقتضى القانون رقم 87-15 المؤرخ في 25 ذو القعدة عام 1407 الموافق 21يوليو 1987 المتعلق بالجمعيات

– و بمقتضى الأمر 90-11 المؤرخ في 02 ذي الحجة 1409 الموافق 05 يوليو 1989 المتعلق بالطابع السياسي

– و بمقتضى القانون لاقم 90-08 المؤرخ في 12 رمضان 1410 الموافق 07 أفريل 1990 المتعلق بالبلدية

– و بمقتضى القانون رقم 90-09 المؤرخ في 12 رمضان 1410 الموافق 07 أفريل 1990 المتعلق بالولاية

– و بناءا على ما أقره المجلس الشعبي الوطني

يصدر القانون التالي نصه:

الباب الأول

أحكام عامة

المادة 1: يحدد هذا القانون كيفيات تكوين الجمعيات و تنظيمها و عملها.

المادة 2: تمثل الجمعية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها و يجتمع في إطارها أشخاص طبيعيون أو معنويون على أساس تعاقدي و لغرض غير مربح.

كما يشتركون في تسخير معارفهم و وسائلهم لمدة محددة أو غير محددة من أجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني و الاجتماعي والعلمي و الديني و التربوي و الثقافي و الرياضي على الخصوص.

و يجب أن يحدد هدف الجمعية بدقة وأن تكون تسميتها مطابقة له.

المادة 3: تعتبر اتحادات الجمعيات و اتحاديات في مفهوم هذا القانون جمعيات.

الباب الثاني

تأسيس الجمعيات و تنظيمها و عملها

الفصل الأول

تأسيس الجمعيات

المادة 4: يمكن لجميع الأشخاص الراشدين أن يؤسسوا أو يديروا أو يسيروا جمعية مع مراعاة أحكام المادة 5 من هذا القانون إذا توفرت فيهم الشروط الآتية:

- أن تكون جنسيتهم جزائرية
- أن يكونوا متمتعين بحقوقهم المدنيو و السياسية.
- أن لا يكون قد سبق لهم سلوك مخالف لمصالح كفاح التحرير الوطني.

المادة 5: تعد الجمعية باطلة بقوة القانون في الحالتين الآتيتين:

- إذا كان هدف تأسيسها يخالف نظام التأسيس القائم أو النظام العام أو الآداب العامة أو القوانين و التنظيمات المعمول بها.
- إذا لم تتوفر في الأعضاء المؤسسين الشروط المحددة في المادة 4 من هذا القانون.

المادة 6: تتكون الجمعية بحرية و إرادة أعضائها المؤسسين إثر جمعية عامة تأسيسية تجمع 15 عضوا مؤسسا على الأقل و تصادق على القانون الأساسي و تعين مسؤولي هيئاتها القيادية.

المادة 7: تؤسس الجمعية قانونا بعد الإجراءات التالية:

- إيداع تصريح التأسيس لدى السلطات العمومية المختصة في المادة 10 من هذا القانون.
- تسلم وصل تسجيل تصريح التأسيس من السلطة العمومية المختصة خلال ستين (60) يوما على الأكثر من يوم إيداع الملف و بعد دراسة مطابقة لأحكام هذا القانون.
- القيام بشكليات الإشهار على نفقة الجمعية في جريدة يومية إعلامية واحدة على الأقل ذات توزيع وطني.

المادة 8: تخطر السلطة المختصة الغرفة الإدارية في المجلس القضائي المختص إقليميا خلال ثمانية (8) أيام على الأكثر قبل انقضاء الأجل المنصوص عليه في المادة 7 أعلاه إذا رأت أن تكوين الجمعية يخالف أحكام هذا القانون و على الغرفة الإدارية أن تفصل في ذلك خلال الثلاثين (30) يوما الموالية للإخطار.

و إذا لم تخطر الجهة القضائية المذكورة عدت الجمعية مكونة قانونا بعد انقضاء الأجل المقرر لتسليم وصل التسجيل.

المادة 9: برفق تصريح التأسيس المذكور في المادة 7 من هذا القانون بملف يشتمل على ما يأتي:

– قائمة بأسماء الأعضاء المؤسسين و أعضاء الهيئات القيادية وتوقيعاتهم و حالاتهم المدنية و وظائفهم و عناوين مساكنهم.

– نسختان مطابقتان للأصل من القانون الأساسي.

– محضر الجمعية العامة التأسيسية.

المادة 10: يبادر أعضاء الهيئة القيادية المؤسسون بإيداع تصريح تأسيس الجمعية لدى السلطات المختصة الآتية:

– والية ولاية المقر للجمعيات التي يهم مجالها الإقليمي بلدية واحدة أو عدة بلديات في الولاية الواحدة.

– وزير الداخلية للجمعيات ذات الصبغة الوطنية أو المشتركة بين الولايات.

الفصل الثاني

الحقوق و الواجبات

المادة 11: تتميز الجمعيات بهدفها و تسميتها و عملها عن أية جمعية ذات طابع سياسي و لا يمكنها أن تكون لها أية علاقة بها سواء أكانت تنظيمية أو هيكلية، كما لا يمكنها أن تتلقى منها إعانات أو هبات أو وصايا مهما يكن شكلها و لا يجوز لها أيضا أن تساهم في تمويلها.

المادة 12: يمارس أعضاء الجمعية حقوقهم و يخضعون للواجبات المنصوص عليها في التشريع المعمول به و في حدود القانون الأساسي.

المادة 13: يحق لأي عضو في إحدى الجمعيات أن يشارك في الهيئات القيادية ضمن قانونها الأساسي و أحكام هذا القانون

المادة 14: تنتخب الهيئات القيادية للجمعية و يجدد انتخابها وفق المبادئ الديمقراطية و حسب الآجال المحددة في القانون الأساسي.

المادة 15: يمنع أي شخص معنوي أو طبيعي من التدخل في عمل الجمعية ماعدا الحالات المنصوص عليها صراحة في القانون.

المادة 16: تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية و الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها طبقا للمادة 7 من هذا القانون و يمكنها حينئذ أن تقوم بما يأتي:

– أن تمثل أمام القضاء و تمارس خصوصا أمام المحاكم حقوق الطرف المدني بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية و تلحق ضررا بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية.

– تمثل الجمعية لدى السلطات العمومية.

– تبرم العقود و الاتفاقات التي لها علاقة بهدفها.

– تقتني الأملاك العقارية أو المنقولة مجانا أو بمقابل لممارسة أنشطتها كما ينص عليه قانونها الأساسي.

المادة 17: يجب على الجمعيات أن تعلم السلطة العمومية المختصة المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون بكل التعديلات التي تدخل على قانونها الأساسي، و جميع التغيرات التي تطرأ على هيئاتها القيادية خلال ثلاثين (30) يوما الموالية للقرارات التي تتخذ في هذا الشأن.

و لا يحتج على الغير بهذه التعديلات والتغيرات إلا ابتداء من تاريخ نشرها في يومية إعلامية واحدة على الأقل ذات طابع وطني.

المادة 18: يجب على الجمعيات تقديم كل المعلومات المتعلقة بعدد المنخرطين فيها و كذا مصادر أموالها و وضعها المالي بصفة منتظمة إلى السلطة العمومية المختصة وفقا للكيفيات التي يحددها التنظيم.

المادة 19: يمكن للجمعية أن تصدر و توزع في إطار التشريع المعمول به نشريات و مجلات و وثائق إعلامية و كراسات لها علاقة بها.

يجب أن تكون النشرية الرئيسية باللغة العربية مع احترام القوانين المعمول بها.

المادة 20: يجب على الجمعية أن تكتتب تأمينا لضمان الأخطار المالية المرتبطة بمسؤوليتها المدنية.

لمادة 21: يمكن للجمعيات ذات الطابع الوطني وحدها أن تنضم إلى جمعيات دولية تنشد الأهداف نفسها أو الأهداف المماثلة مع احترام الأحكام التشريعية و التنظيمية المعمول بها.

الفصل الثالث

القوانين الأساسية للجمعيات

المادة 22: الجمعية العامة هي الهيئة العليا في الجمعية و تتكون من جميع الأعضاء الذين تتوفر فيهم شروط التصويت الواردة في القانون الأساسي للجمعية.

المادة 23: يجب أن تشمل القوانين الأساسية للجمعيات تحت طائلة البطلان على ما يأتي:

- هدف الجمعية و تسميتها أو مقرها
- طريقة تنظيمها و مجال اختصاصها الإقليمي
- حقوق أعضائها و واجباتهم و كذا ذوي حقوقهم إن اقتضى الأمر.
- شروط انضمام الأعضاء و انسحابهم و شطبهم و إقصائهم و كيفيات ذلك.
- شروط محقة مرتبطة بحق تصويت الأعضاء.
- قواعد تغيير المندوبين لجلسات الجمعية العامة و كيفيات ذلك.
- دور الجمعية العامة و الهيئات القيادية بنمط تسييرها.
- طريقة تعيين الهيئات القيادية و تجديدها و تجديد مدة عضويتها.
- قواعد النصاب و الأغلبية في اتخاذ قرارات الجمعية العامة والهيئات القيادية.
- قواعد دراسة تقارير النشاط و إجرائها و الموافقة عليها و رقابتها وكذلك الموافقة على حسابات الجمعية.
- القواعد و الإجراءات المتعلقة بتعديل القوانين الأساسية.
- القواعد و الإجراءات الخاصة بأولوية الأملاك في حالة حل الجمعية.

المادة 24: تمنع الجمعيات من إدخال أي تمييز بين أعضائها في قوانينها الأساسية من شأنه أن يمس بحرياتهم الأساسية كما تمنع من ممارسة ذلك.

المادة 25: تكتسب صفة العضوية في إحدى الجمعيات بتوقيع المعني على وثيقة الانخراط و تسلمه بيانا من الجمعية

الفصل الرابع

الموارد و الأملاك

المادة26: تتكون موارد الجمعيات مما يأتي:

- اشتراكات أعضائها
- العائدات المرتبطة بأنشطتها
- الهبات و الوصايا
- الإعانات المحتملة التي قد تقدمها الدولة أو الولاية أو البلدية

المادة 27: يمكن أن تكون للجمعية عائدات ترتبط بأنشطتها شريطة أن تستخدم هذه العائدات في تحقيق الأهداف المحددة في القانون الأساسي للتشريع المعمول به.

المادة 28: يمنع على الجمعيات قبول الهبات و الوصايا المثقلة بأعباء أو شروط إلا إذا كانت هذه الأعباء أو الشروط لا تتعارض مع الأهداف المسطرة في القوانين الأساسية و مع أحكام هذا القانون.
لا تقبل الهبات و الوصايا الآتية من جمعيات أجنبية أو هيئات أجنبية إلا بعد أن توافق عليها السلطات العمومية المختصة التي تتحقق من مصدرها و مبلغها و توافقها مع الهدف المسطر في القانون الأساسي للجمعية و من الضغوط التي قد تنجم عن ذلك.

المادة 29:يمكن أن تكون للجمعيات عائدات أخرى زيادة على الموارد المنصوص عليها في المادة 25 من هذا القانون تأتي من جمع تبرعات علنية مرخص عليها في التشريع و التنظيم المعمول بهما.
و يتعين عليها أن تصرح للسلطة العمومية المختصة في نهاية جمع كل تبرع بحصيلته.

المادة 30: يمكن للجمعيات التي ترى السلطة العمومية نشاطها مفيدا أو ذا منفعة عمومية أتن تحصل من الدولة أو الولاية أو البلدية على إعانات أو مساعدات مادية أو على مساهمات أخرى مقيدة بشروط أو غير مقيدة بشرط أن يتوقف منحها على انضمام الجمعية المستفيدة إلى اتفاق يعد مسبقا و يبين بدقة برامج النشاط وكيفيات مراقبته طبقا للتشريع المعمول به.

المادة 31: يشكل استخدام الجمعية للإعانات و المساعدات في أغراض أخرى غير الأغراض التي حددتها الإدارة المانحة مخالفة يتحمل أعضاؤها مسؤولية تلك المخالفة ما لم ترخص بذلك السلطة المختصة.

الباب الثالث

تعليق الجمعية و حلها

المادة 32: يمكن للجهات القضائية المختصة أن تعلن تعليق نشاط الجمعية و جميع التدابير التحفظية الخاصة بتسيير الأملاك دون المساس بالقوانين و التنظيمات الجاري العمل بها بناء على عريضة تقدمها السلطة العمومية المختصة حسب الشروط المنصوص عليها في المادة 33 من هذا القانون.

و تنتهي هذه التدابير بقوة القانون إذا رفضت الجهة القضائية المعنية بتلك العريضة بصرف النظر عن أي طريق طعن آخر.

المادة 33: يمكن أن يكون حل إحدى الجمعيات إراديا أو معلنا بالطرق القضائية.

المادة 34: يعلن الحل الإرادي أعضاء الجمعية أو مندوبوهم المعينون قانونا طبقا للأحكام الواردة في القانون الأساسي.

و إذا كانت الجمعية المعنية مكلفة بنشاط ذي فائدة عامة أو منفعة عمومية كان في وسع السلطة العمومية المعلنة مسبقا أن تتخذ التدابير الملائمة أو تكلف من يتخذها قصد ضمان استمرارية النشاط المقصود.

المادة 35: يمكن أن يطرأ حل الجمعية بالطرق القضائية بناء على طلب السلطة العمومية أو شكوى الغير إذا مارست الجمعية أنشطة تخالف القوانين المعمول بها أو تكون غير واردة في قانونها الأساسي

المادة 36: يمكن أن تأمر المحكمة بناء على طلب النيابة العامة باتخاذ تدابير تحفظية أو بمصادرة أملاك الجمعية التي تتعرض للحل القضائي دون المساس بالأحكام الأخرى الواردة في التشريع المعمول به.

المادة 37: يترتب على الحل الإرادي أو القضائي أيلولة

و إذا كانت الإعانات أو المساعدات أو المساهمات مقيدة مع مراعاة أحكام المادة 35 من هذا القانون.

غير أن ممارسة الطعن القانوني في الحكم القضائي بهذا الحل توقف أيلولة أملاك الجمعية حتى يصدر الحكم القضائي النهائي.

المادة 38: خلافا لأحكام هذا القانون يحدد تنظيم و سير الجمعيات المؤهلة للعمل كأعوان للسلطات العمومية في ميدان الإسعافات الشعبية وقت السلم أو الحرب عن طريق التنظيم.

الباب الرابع

أحكام خاصة تتعلق بالجمعيات الأجنبية

المادة 39: الجمعية الأجنبية في مفهوم هذا القانون هي كل جمعية مهما يكن شكلها أو هدفها يوجد مقرها في الخارج أو يكون مقرها داخل التراب الوطني و يسيرها أجانب كليا أو جزئيا.

المادة 40: يحدد هذا القانون شروط تكوين الجمعيات الأجنبية و عملها مع مراعاة شرط الجنسية.

و يخضع تكوين جمعية أجنبية لاعتماد وزير الداخلية مسبقا.

المادة41: لا يمكن أن يؤسس جمعية أجنبية أو يتمتع بعضويتها إلا الأشخاص الذين هم في وضعية قانونية إزاء التشريع المعمول به في مجال إقامة الأجانب في الجزائر.

المادة 42: يمكن لوزير الداخلية أن يعلق مقرر الاعتماد الذي منح لجمعية أجنبية أو يسحبه منها دون المساس بتطبيق الأحكام الأخرى الواردة في التشريع و التنظيم المعمول بهما، إذا كانت هذه الجمعية تمارس أنشطة أخرى غير الأنشطة التي تضمنها قانونها الأساسي أو كان نشاطها قد يمس أو يمس فعلا بما يأتي:

- سلامة التراب الوطني ، الوحدة الوطني، دين الدولة و اللغة الوطنية.
- النظام العام و الآداب العامة.

كما يجوز تعليق الاعتماد أو سحبه إذا رفضت الجمعية أن تقدم إلى السلطة المعنية الوثائق و المعلومات المطلوبة المتعلقة بأنشطتها وتمويلها و إدارتها و تسييرها.

المادة 43: تشترط موافقة السلطة العمومية المعنية مسبقا تحت طائلة تعليق الاعتماد أو سحبه على أي تعديل في الأملاك المنقولة والعقارات طبقا لما جاء في القانون الأساسي تغير في هيئات إدارتها أو قيادتها.

المادة 44: تتوقف الجمعية الأجنبية عن أي نشاط بمجرد تبليغها تعليق الاعتماد أو سحبه و تعد منحلة إذا وقع سحب اعتمادها.

الباب الخامس

أحكام جزائية

المادة 45: يعاقب بالحبس من ثلاثة (03) أشهر إلى سنتين (02) و بغرامة مالية تتراوح بين 50.000 دج و 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يسير أو يدير جمعية غير معتمدة أو معلقة أو منحلة أو ينشط في إطارها أو يسهل اجتماع أعضائها.

المادة 46: استعمال أملاك الجمعية في أغراض شخصية أو في أغراض أخرى غير واردة في قانونها الأساسي خيانة للأمانة ويعاقب عليه وفقا لأحكام قانون العقوبات.

المادة 47: يعاقب بغرامة تتراوح بين 2.000 دج و 5.000 دج كل من رفض تقديم المعلومات المنصوص عليها في المادة 18 من هذا القانون.

الباب السادس

أحكام ختامية

المادة 48: لا يفرض على الجمعيات المكونة قانونا حتى تاريخ نشر هذا القانون أي التزام آخر غير العمل لجعل قوانينها الأساسية تطابق أحكام هذا القانون قبل تاريخ 30 يونيو 1991.

المادة 49: تلغى جميع الأحكام المخالفة لهذا القانون لاسيما القانون 87-15 المؤرخ في 21 يوليو 1978 المتعلق بالجمعيات.

المادة 50:ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 17 جمادى الأولى عام 1411 هـ الموافق 04 ديسمبر 1990.

الشاذلي بن جديد

الملحق رقم 02

معلومات عامة عن جمعيات

حماية المستهلك في الجزائر

(مديرية المنافسة و الأسعار بوزارة التجارة)

FICHE SIGNALITIQUE SUR LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS (INFORMATIONS GENARALES)

Wilaya	Nombre associations régulièrement constitues	Nombre associations en voie de constitution	Nom Association	Nom et Prénom de président	Nbr Adhé -rent	Adresse	Téléphone	Fax Et E-Mail
Adrar	00	01	- Association de protection du consommateur de la wilaya d'Adrar	- Mr. Boudouia Abdenour	40	– Direction de la concurrence et des prix de la wilaya d'Adrar		
Chelef	01	00	- El-Wafaa	- Mr. Tahri Ahmed	250	– Chambre de commerce «Ouancharisse» - Chlef		
Laghaout	01	00	- Association El-Amen pour la protection du consommateur de la wilaya de Laghouat	- Mr. Abidi Mouhamed	180	– Centre commercial El-Mamoura Laghouat BP 5315	029.93.24.14	www.consam mateur dz.fr.st
Oum-El-Bouaghi	01	00	- Association de protection et de sensibilisation du consommateur de la wilaya d' OUM-EL-BOUAGUI	- Mr.Boukendoura Abdelhafiz	-	– Ancienne cité administrative OUM-EL- BOUAGUI		
Batna	01	00	- Association de protection du consommateur - Batna	Mr. Bouchite Med-Lamine	15	– Absence de local		
Bejaia	-01 agrément n°09/013 du 20/04/1999 -01 (agrément n°95/0170 du 11/09/1995) -01 (agrément n°96/100 du 28/10/1996 - 01 (agrément n°88//023 du 01/08/1988	00	- Association de défense des droits des consommateurs - Association de protection des consommateurs - Association de protection des consommateurs - Association de protection des consommateurs	- Mr. Menari Madjid - Mr. Haddad Moussa - Mr. Mejdoub Moussa - Mr. Aït- mansour Mouhamed	15 15 15 22	– BP N°25 Sirkes 32 Ighil Wazouk – Bejaia – Siège APC de chemini Daïra de chemini Bejaia – Siège APC de Kherrata BP N° 49 Bejaia – Cité 252 logements CNEP Bt P15 N° 140 Sidi-Ahmed Bejaia	05.21.88.65 05.24.42.02	05.21.89.61
Biskra	01 (crée en 1997)	00	- Association de protection et de promotion du consommateur de la wilaya de Biskra	- Mr. Maazouz Abdelhalim	100	Absence de locale, les contacts se font par l'intermédiaire de la direction de la concurrence et des prix de la wilaya		
Bechar	01 (agrée le 06/06/1996)	00	- Association de protection des consommateurs	- Mr. Rahel Ramdane	53	Ne dispose pas de siège Contacter la direction de la concurrence et des prix de la wilaya		
Blida	01	00	- Association de protection des consommateurs	- Mr. Bouchekif Maamar	-	– Rue des 5 martyrs devant le stade de Béni-Tamou	025.44.88.81	025.44.88.81

Tamanrasset	01	00	- Association de protection des consommateurs	- Mr. Boubekri Abdelkader	15	– Direction de la wilaya de la concurrence et des prix		
Tebessa	-01(agrément n° 24/92 du l7/06/1990) -01 (agrément n°163/90 du 04/05/1996) -01(agrément (agrément n°47/96du04/05/1996) -01 (agrément n° 69/99 du l5/11/1999)	01	- Association de la défense des droits du consommateur de Tébessa - Association de protection et de défense des droits du consommateur El-Kouif - Association d'intégration social pour la protection du consommateur - Association de défense des droits du consommateur Bir-El-Ater - Association horizons de promotion des droits du consommateur Tébessa	- Mr. Hamdane Med-Esghir - M.r Belghit El-Tahar - Mr. Ghouasmmia Mouhamed - Mr. Assoul El-Sabti - Mr. Douib Hassen	120 - - 213 -	– Cité El-Mouhafada Tébessa – El-Kouif – Siège de l'association «IKRAA», cité djbal el-djorf – Cité DaIra Bir-El-Ater – Cité El-Silm Tébessa	037.47.20.98 037.44.66.84	
Tlemcen	01	00		- Mr. Benhabib Chakib	600	– Place de 1er Mai (courier domiciliation à la direction de la qualité -DCP	043.21.10.04	
Tiaret	01 (crée le 11/02/2002)	00	- Association pour la défense et la promotion du consommateur de la wilaya de Tiaret	- Mr. Heni Abdelkader	-	– Siège des associations, rue Bouabdelli Bouabdelah, Tiaret		
Tizi-ouzou	01	00	-	- Mr. Benadji - Med Amokrane	-		026.34.13.19	026.34.18.68
Djelfa	01	00	- Association algérienne pour la protection et la promotion du consommateur (Bureau de la wilaya de Djelfa)	- Mr. Djindi Ali	05	BP n°430 -Fidjalfa	027.87.46.76	
Jijel	01 (N° et date d'agrément : 55/99du 03/10/1999)	00	- Association de protection du consommateur et la promotion de la qualité de la vie de la wilaya de Jijel	- Mr. Baguoul Omar	22	– Locale provisoire: direction de la consommateur et de la concurrence et prix de la wilaya de Jijel	034.49.86.15	034.49.86.15
Setif	01 (créée en 1999)	00	- Association de promotion de la qualité et de la protection du consommateur de la wilaya de Sétif - Association de protection du consommateur et de protection de l'environnement de la Daïra d'El-Eulma	- Mr. Chenafa Azzedine - Mr. Abderrazak El-cherif	800 10	– BP n° 625-Sétif – Cité 19 juin APCd'eulma —Sétif (locale commercial)	036.84.36.94	036.84.36.94

Saida	02	00	- Association locale pour la protection du consommateur à Saïda - Association locale pour la défense des droits des consommateurs à l'APC de Saïda	- Mr. Ouajdi Abdelkader - Mr. Farsaoui Ghoucham	12 12	- N° 01, rue ouis kadour APC de daïra de Saida - N° 04, rue Hanoun el- zekaoui, daïra de Saida	048.47.34.29	
Skikda	01 (agréée par les services de la wilaya le 24 avril 1989 sous le n° 197/98)	00	- Association pour la protection et la défense du consommateur de la wilaya de Skikda	- Mr. Seldja Chaabane	179	- EPDEMIA (entreprise publique de distribution des eaux)-Skikda	038.72.70.96	038.70.77.82
Sidi-belabes	01	00	- Association de protection et de défense du consommateur	- Mr. Baki slimane	120	- Local existant : -Adresse de l'Association **:BP**°28 poste du ler novembre S.B.A	038.54.12.53 (DCP) et 038.54.46.43 (CCT)	
Annaba	01	00	- Association de protection du consommateur	- Mr. Bahloul Amar	-	- BP au niveau de la direction de la concurrence et des prix de la wilaya d'ANNBA	038.88.34.66	
Geulma	01	00	- Association de protection du consommateur	- Mr. Bechich Abderahmen	25	- Direction de la concurrence et des prix de la wilaya de guelma	037.20.35.86	037.20.44.23
Constantine	02	00	- Association de protection et de défense du consommateur - Association de protection des consommateurs et de promotion de la qualité	- Melle. Kelil Sakina - Mr. Talbi Ibrahim	750	- 11 bd Ben El Maati Belle- vue - -chambre de commerce et d'industrie« El-Rimel » Constantine	031.64.28.14 031.93.19.65	031.64.28.27 031.93.78.07
Medea	01	01	- Association de wilaya de protection du consommateur - Association de la wilaya pour la protection du consommateur Amel	- Mr. Ibrahimi Mouhamed (Non stable) - Mr. Harzeli Mahfoud	30 30	- Maison de al culture Hassen El-Hassani - Cité Thnia El-hadjar entrée 50 bn°14 Média	025.58.75.65	025.58.75.65
Mostaganem	00	00	- Association de protection du consommateur Mostaganem	- Mr. Benkhdouma Abdelkarim	19	- Chambre de commerce et d'industrie"Eldouha"	045.21.67.09	045.21.65.78
M'sila	01	00	- Association de wilaya de protection du consommateur	- Mr. Bakhti Saad	20	- Chambre de commerce et d'industrie, centre commercial-M'sila	035.55.5354	
Maskara	- 01 (agrément n°989 du 21/05/89) -01 (agrément n°238 du 21/05/89)	00	- Association de protection du consommateur et de promotion de la qualité - Association de protection du consommateur	- Mr. Tahar Farid Amin - Mr. Cotni-Chedouli Nabil		- APC de Mascara - Cité 936 logements- Mascara		

Ouargla	01	00	- Association de défense et de protection des consommateurs Ouargla	- Mr. Ali Abdelkader	16	– 16 Maison Tadtir Ahmed n°05 Sekra commune Rousses- Ouargla		
Oran	-01 (Agrément n° 3254 du 16/12/1989) -0 1 (Agrément n°829 du 10/11/19999)	00	- Association de protection du consommateur de la wilaya d'Oran - Association sociale pour la protection des consommateurs de la wilaya d'Oran	- Mr. Gouasmia Belkassem - Mr. Nekaz Omar	-	– 36,boulevard Max Marchand- Oran – 02, Rue Docteur Bensmain Oran		
El-bayadh	01 Agrément n°45du 05 novembrel997)	00	- Association de protection du consommateur	- Mr. Menouar El-cheikh	11			
B.b.arreridj	01	00	- Association de protection du consommateur de la wilaya de B.B.A	- Mr. Zaidi Abdelhamid	525	– Cité 217logements BT n° '07 local n° 5 B.B.A	035.68.10.04	.35.68.10.04
Boumerdes	01	00	- Association algérienne de promotion et de protection du consommateur	- Mr. Harfouchi Med-saghir	50	Absence de local		
Tindouf	01	00	-	- Mr. Chaker Med-Nacer	12	– Centre d'activité et d'information des jeunes Cité El-Kessabi -tindouf	049.92.38.12	049.92.20.84
Tissemsilt	01	01	- Association de défense et de protection des consommateurs de la wilaya de Tissemsilt - Association nationale pour la protection de la santé et de la sécurité du consommateur	- Mr. Lamani Amhamed - Mr. Lamani Amhamed	20.00 0	– Cité El-Saada 92 logements BTC n°1,Tissemsilt – Cité El-Saada 92 logements BTC n°1,Tissemsilt	046.49.64.87 064.49.64.87	
El-oued	02	00	- Association de la wilaya de protection du consommateur - Association El-Hayat pour la protection du consommateur	- Mr. Deboub Mouhamed - Mr. Chemsa Mouhamed	60 35	– Direction de la concurrence et des prix de la wilaya d'El Ouad cité El-asnam-Elouad consommateur		
Khenchela	01	00	- Association de protection du consommateur de la wilaya de Khenchela	- Mr. Keziz Youcef	38	– Ligue des quartiers résidentiels de la wilaya de Khenchela	032.3215.85	
Souk-ahras	01	00	- Association de protection du consommateur	- Mr. Hamada Ibrahim-Alsaid	15	– 15,boulevardde ALN.Souk-Ahras		
Tipaza	01 (crée le 01/10/2001)	00	- Association de protection du consommateur et de son environnement	- Mme. Bourahla Khaira	17	– Chez Mme Bellachheb El-Zohra Cité Abane Ramdane Tipaza		
Mila	01	00	- Association de wilaya de protection du consommateur	- Mr. Maimour abdelouhed	20.00 0	– Siège de wilaya cité 300 logements-Mila	031.57.93.73	031.57.93.73

Ain-defla	01 (crée en 1989)	01	- Association de protection du consommateur de la wilaya de Ain-Defla - Association de protection du consommateur	- Mr. Abdelaziz Mouhamed - Mr. Anguar .R (Provisoirement)	13	- ------------------------ - Direction de la concurrence et des prix de la wilaya de Ain -Defla	027.60.30.74	027.60.30.74
Naama	01	00	- Association de protection des consommateurs de la wilaya de Naama	- Mr. Radjaa El-Houari	120	local inexistant : adresse provisoire :direction de la concurrence et des prix de la wilaya de NAAMA	049.79.64.08	049.79.72.24
Ain-temouchent	00	00	-	-	-			
Ghardaia	01	00	- Association de la wilaya de protection du consommateur Ghardaia	- Mr. El-chikh Saleh Behmed	25	- Publicité des Oasis, bd (029)88 13 71 El Amir Abdelkader- Ghardaia	029.88.13.71	029.88.10.56
Relizane	01	00	- Association de protection des consommateurs (ASPROC)	- Mr. Meghuit Abdelkader	60	- Boulevard Sardi ben Amar Relizane	046.92.18.45	

الملحق رقم 03

قرار مؤرخ في 09 أكتوبر 1988 يتضمن القانون الأساسي النموذجي للجمعيات

قرار مؤرخ في 28 صفر عام 1409 الموافق 09 أكتوبر سنة 1988 يتضمن القانون الأساسي النموذجي للجمعيات

إن وزير الداخلية:

-بمقتضى القانون رقم 87-15 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1407 الموافق 21 يوليو سنة 1987 و المتعلق بالجمعيات.

- و بمقتضى المرسوم رقم 88-16 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1408 الموافق 02 فبراير سنة 1988 الذي يحدد كيفيات تطبيق القانون رقم 87-15 المؤرخ في 21 يوليو سنة 1987 و المتعلق بالجمعيات و يضبط الأحكام القانونية الأساسية المشتركة بينها.

يقرر ما يلي:

المادة 1: يجب أن يشمل القانون الأساسي لكل جمعية على الأحكام الواردة في الملحق المرفق بهذا القرار، إلا إذا كانت هناك أحكام تكميلية أو خاصة.

المادة 2: ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 22 صفر عام 1049 الموافق 03 أكتوبر سنة 1988.

الهادي خضيري

الملحق

القانون الأساسي النموذجي للجمعيات

المادة 1: يؤلف المصرحون (اسم كل عضو مؤسس أو متصرف باسم جمعيات مجموعة و لحسابها و لقبه و مهنته مسكنه و جنسيته)

-1 ....
-2 ....
-3 ....
-4 ....
-5 ....
-6 ....
-7 ....

....
....

جمعية تخضع للتشريع المعمول به لهذا القانون الأساسي

الباب الأول

التسمية– الهدف – المقر – مدة العمل و مداه

المادة 2: تسمى الجمعية:(يذكر اسم الجمعية الكامل المضبوط)

المادة 3: تهدف الجمعية إلى: (يذكر الهدف الذي تنشده الجمعية أو الأهداف التي تنشدها).

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

و تتعهد بأن لا تسعى إلى تحقيق هدف آخر أو أهداف أخرى غير ما صرحت به.

المادة 4: يكون مقر الجمعية في: (يذكر مكان المقر).

و مع مراعاة الشروط الأخرى المنصوص عليها في التنظيم الجاري العمل به، لا يمكن نقله إلا بمقرر من الجمعية العامة التي تنعقد في دورة غير عادية.

المادة 5: مدة الجمعية هي: (تذكر المدة المحددة طبقا للهدف المرسوم)

المادة 6: تمارس الجمعية أعمالها في التراب (يبين المدى الجغرافي لعملها)

الباب الثاني

تشكيلة الجمعية

المادة 7: تتكون الجمعية من أعضاء مؤسسين و أعضاء عاملين وأعضاء شرفيين.

تخول مداولة الجمعية العامة صفة العضو الشرفي بناءا على اقتراح مكتب الجمعية.

المادة 8: زيادة على الشروط المطلوبة في التنظيم المعمول به يجب أن تتوفر في العضو العامل في الجمعية (تذكر الشروط الخاصة المطلوبة)

المادة 9: يكون الانضمام كتابيا ، يوقع الطالب طلب الانضمام ويقبله مكتب الجمعية.

المادة 10: تفقد صفة العضو في الجمعية بالأسباب التالية:

- الاستقالة أو الانسحاب الذي يقدم كتابيا و يقبله مكتب الجمعية.
- الوفاة أو حل الجمعية (حسب الحالة)
- عدم الوفاء بالاشتراكات مدة (تبين الحالة)
- الشطب لأسباب خطيرة حسب الإجراء الذي يحدده النظام الداخلي

الباب الثالث

التنظيم و العمل

المادة 11: تتكون الجمعية من جهاز للمداولة و جهاز للقيادة والإدارة

الفصل الأول

جهاز المداولة

المادة 12: يتكون جهاز المداولة من الجمعية العامة التي تضم مجموع أعضاء الجمعية، و تكلف بما يلي:

- تدلي برأيها في تقارير التسيير المالي و حصائل النشاط و الوضعية الأدبية للجمعية
- تصادق على النظام الداخلي للجمعية
- تقوم بتحديد جهاز القيادة و الإدارة عند اللزوم
- تصادق على تعديلات القانون الأساسي
- توافق على المقتنيات من العمارات
- تقبل الهبات و الوصايا عندما تقدم إثباتات و شروط بعد التحقق من عدم تنافيها مع الهدف المرسوم للجمعية
- تدرس الطعون المقدمة ضد قرارات جهاز القيادة و الإدارة في مجال الانضمام و الشطب
- توافق على مبلغ الاشتراكات السنوية

(تذكر عند الاقتضاء الاختصاصات الأخرى للجمعية العامة)

....

....

المادة 13: تجتمع الجمعية العامة في دورة عادية على الأقل ....

....

(يذكر عدد المرات في السنة)

و تجتمع في دورة غير عادية كلما دعت الحاجة إلى ذلك بناءا على طلب............. (يذكر النصاب).

المادة 14: يتولى رئيس الجمعية استدعاء أعضاء الجمعية العامة ويرفق جدول الأعمال بالاستدعاء الذي يرسل في آجال و حسب الكيفيات المحددة في النظام الداخلي

المادة 15: لا تصح مداولات الجمعية العامة أثناء الاستدعاء الأول إلا إذا حضرها........(يذكر النصاب) أعضائها، و إذا لم يكتمل النصاب تستدعى الجمعية العامة ثانية في أجل أقصاه.....(يذكر الآجال)، و تصح مداولات الجمعية العامة حينئذ مهما يكن عدد أعضائها الحاضرين.

المادة 16: تتخذ القرارات بأغلبية.....(تذكر الأغلبية) غير أنه تقرر بأغلبية .... (تذكر الأغلبية) التدابير الآتية........(تذكر الأغلبية المؤهلة)

المادة 17: لا يشارك في التصويت و لا ينتخب عليه للعمل في أجهزة القيادة و الإدارة إلا من استوفى اشتراكاته.

الفصل الثاني

القيادة و الإدارة في الجمعية

المادة 18: مع مراعاة أحكام المادة 19 من المرسوم 88-16 المؤرخ في 2 فبراير سنة 1988 الذي يحدد كيفيات تطبيق القانون رقم 87-15 المؤرخ في 21 يوليو سنة 1987 المتعلق بالجمعيات و كذلك بالأحكام القانونية الأساسية المشتركة بين الجمعيات، يقود الجمعية و يديرها مكتب يتألف حسب الآتي:

- الرئيس
- .....نواب الرئيس (يذكر العدد و الترتيب)
- الكاتب المساعد
- أمين المال
- أمين المال المساعد
- مساعدان

المادة 19: يتولى المكتب ما يأتي:

- يضمن احترام تنفيذ أحكام القانون الأساسي و النظام الداخلي وقرارات الجمعية العامة
- يسير ممتلكات الجمعية

- يحدد اختصاصات كل نائب للرئيس و مهام المساعدين
- يعد مشروع النظام الداخلي
- يضبط مبلغ صندوق النفقات الهينة
- يقترح تعديلات القانون الأساسي
- يحدد كيفيات اكتتاب التأمين
- يدرس عمليات شطب كل عضو في الجمعية يرتكب مخالفة خطيرة و يبت فيها
- كما يكلف زيادة على ذلك بـ.......(تبين اختصاصات المكتب المحتملة الأخرى)

المادة 20: ينتخب أعضاء المكتب حسب الترتيب المنصوص عليه في المادة 18 لمدة: ....(تبين المدة) و يبين ما إذا كانت قابلة للتجديد أم لا.

المادة 21: يجتمع المكتب على الأقل ....مرات في الشهر (يبين عدد المرات) بناءا على استدعاء من الرئيس.

كما يمكنه أن يجتمع بطلب من .....أعضاء (يبين العدد).

المادة 22: يتخذ المكتب قراراته بأغلبية ....(تبين الأغلبية)

إذا تساوت الأصوات، يكون صوت الرئيس مرجحا.

المادة 23: يمثل الرئيس الجمعية في جميع أعمال الحياة المدنية و هو مكلف بما يأتي:

- اكتتاب تأمين يضمن النتائج المرتبطة بالمسؤولية المدنية
- استدعاء أجهزة الجمعية و رئاستها و إدارة مناقشاقا
- اقتراح جدول الأعمال لدورات الجمعية العامة
- تنشيط مجموع عمل الأجهزة و تنسيقها
- إعداد حصائل و خلاصات عن حياة الجمعية كل نصف سنة
- موافاة السلطة الإدارية المؤهلة لهذا الغرض بكل المعلومات
- تحضير التقرير المالي و الأدبي و تقديم تقرير عنه إلى الجمعية العامة التي تنظر في تسييره
- ممارسة السلطة السلمية على عمال الجمعية
- و يكلف زيادة على ذلك بـ.....(تبين اختصاصات الرئيس المحتملة الأخرى)

المادة 24: يكلف الكاتب بمعونة الكاتب المساعد بجميع مسائل الإدارة العامة و يتولى بهذه الصفة ما يأتي:

- مسك قائمة المنخرطين
- مسك دفتر المداولات
- صياغة مشاريع محاضر المداولات و نقلها إلى دفتر المداولات
- حفظ نسخة القانون الأساسي
- كما يتولى ......(تبين المهام المحتملة الأخرى)

المادة 25: يتولى أمين المال بمعونة أمين المال المساعد المسائل المالية و المحاسبية و يقوم في هذا الصدد بما يأتي:

- تحصيل الاشتراكات
- تسيير الأموال و مسك جرد ممتلكات الجمعية المنقولة و العقارية
- مسك صندوق النفقات الهينة
- تحضير التقارير المالية
- كما يكلف زيادة على ذلك بـ....(تبين المهام المحتملة الأخرى)

المادة 26: يوقع أمين المال سندات النفقات و في حالة قيام مانع له يوقعها أمين المال المساعد له

يشارك في توقيعها رئيس الجمعية أو نائبه حسب الترتيب الناتج عن تطبيق المادة 18 من القانون الأساسي.

الفصل الثالث

المجلس

(لا يهم إلا الجمعيات ذات الحجم أو الاتجاه الوطني)

- توضع عبارة "لا شيء" في المادتين 27 و 28 بالنسبة للجمعيات غير المعنية

المادة 27: عملا بأحكام المادة 25 من المرسوم رقم 88-16 المؤرخ في 2 فبراير، يساعد المكتب مجلس يتألف من ....أعضاء (يبين العدد)

تنتخب الجمعية العامة أعضاء المجلس لمدة ....(تبين المدة و ما إذا كانت قابلة للتجديد أم لا)

المادة 28: يجتمع المجلس كلما كان ذلك ضروريا بناءا على طلب من المكتب أو استدعاء من رئيس الجمعية الذي يرأس المناقشات ويديرها.

الفصل الرابع

التنظيم و التركيب الداخلي

المادة 29: تضم الجمعية اللجان التقنية و/أو الأقسام المختصة الآتية:

-(يذكر عدد اللجان أو الأقسام المختصة و تسميتها)

تحدد كيفيات عملها في النظام الداخلي.

تكلف كل لجنة من اللجان التقنية و/أو كل قسم من الأقسام المتخصصة بما يأتي:............(تذكر التشكيلة)

المادة 31: تنشأ.......(يبين العدد) لجان ولائية، لجان بلدية أو لجان أحياء.

تتكون كل لجنة ولائية أو بلدية أو لجنة حي من..........(يبين عدد أعضائها)

كل لجنة ولائية أو بلدية أو لجنة حي مختصة في...........(يبين الاختصاص الإقليمي)

تحدد كيفيات العمل في النظام الداخلي

الباب الرابع

أحكام مالية

الفصل الأول

الموارد

المادة 32: موارد الجمعية هي زيادة على الموارد التي يرخصها التشريع المعمول به:

- اشتراكات الأعضاء

- الهبات و الوصايا "الجمعية الجزائرية للرياضيات"

المادة 33: للجمعية موارد ناتجة عن أعمال تدخل في إطار الهدف كما يأتي:..............(تعدد الموارد)

المادة 34: تصب الموارد في حساب وحيد يفتح بمبادرة من الرئيس

الفصل الثاني

النفقات

المادة 35:تشمل نفقات الجمعية جميع النفقات اللازمة لتحقيق الأهداف التي يحددها لها القانون الأساسي.

الباب الخامس

تعديل القانون الأساسي و حل الجمعية

المادة 36: تقرر الجمعية العامة تعديل هذا القانون الأساسي حسب النصاب و الأغلبية الآتيين:...........(يذكر عند الاقتضاء النصاب و الأغلبية المطلوبة لكل نمط من أنماط التعديل)

المادة 37: تقرر الجمعية العامة حل الجمعية الإرادي حسب النصاب و الأغلبية الآتيين:............(يذكر النصاب و الأغلبية)

تقوم الجمعية العامة بمداولاتها زيادة على قرار الحل بضبط أيلولة أملاكها المنقولة و العقارية طبقا للتنظيم الجاري العمل به

الباب السادس

أحكام ختامية

المادة 38: يبين النظام الداخلي بصورة عامة زيادة على الأحكام الواضحة المنصوص عليها أعلاه، أية مسألة ترى الجمعية العامة تسويتها في هذا الإطار.

صيغ في ....أصيلة (يبين عدد النسخ) و منها...............

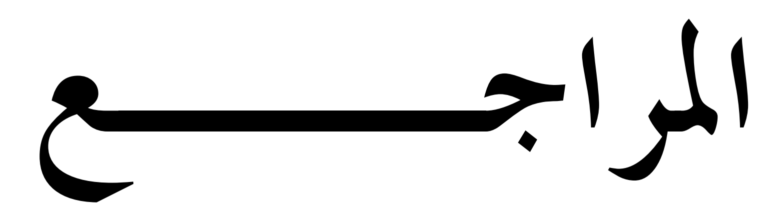
حرر ب.......(يبين المكان) في :...........(يبين التاريخ)

الرئيس الكاتب

(يبين اسم الموقعين و لقبهم و صفتهم)

قرار مؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 يتضمن إعداد الجمعية المسماة "الجمعية الجزائرية للرياضيات"

- بموجب قرار مؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 تعتمد الجمعية المسماة "الجمعية الجزائرية للرياضيات"


المراجـــــــع

أولا: باللغـــــة العربيـــــة

I – المراجـــــع العامـــــــة:

1- د/ عبد الرزاق أحمد السنهوري-الوسيط في شرح القانوني المدني-نظرية الالتزام بوجه عام- مصادر الالتزام- دار النشر للجامعات المصرية 1952.

2- الأستاذ / إدوار غالي بطرس-المسؤولية الجنائية للأشخاص الاعتبارية- بحث في مجلة إدارة قضايا الحكومة- السنة الثانية- العدد الرابع- أكتوبر 1958.

3- د/ محمود جلال حمزة-العمل غير المشروع باعتباره مصدرا للالتزام (القواعد العامة، القواعد الخاصة) دراسة مقارنة بين القانون المدني السوري والقانون المدني الجزائري و القانون المدني الفرنسي- ديوان المطبوعات الجامعية 1989.

4- د/ محمد صبحي نجم –شرح قانون العقوبات الجزائري-القسم الخاص-الطبعة الثانية-ديوان المطبوعات الجامعية 1990.

5- د/ علي علي سليمان-ضرورة إعادة النظر في القانون المدني الجزائري- ديوان المطبوعات الجامعية 1992.

6- د/ عمر سالم- المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية وفقا لقانون العقوبات الفرنسي الجديد-الطبعة الأولى-دار النهضة العربية 1995.

7- د/ العربي بلحاج –النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري- الجزء الأول-التصرف القانوني (العقد والإرادة المنفردة)- ديوان المطبوعات الجامعية 1999.

8- د/ محمد إبراهيمي –الوجيز في الإجراءات المدنية- الجزء الأول و الثاني- ديوان المطبوعات الجامعية 1999.

II – المراجـــــع الخاصــــــة:

أ– المؤلفـــــات:

9- د/ حسن عبد الباسط جميعي-حماية المستهلك-الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك- دار النهضة العربية 1991.

10- د/ السيد أحمد السيد عمران- حماية المستهلك أثناء تكوين العقد- دار النهضة العربية (دون تاريخ طبع).

11- د/ أحمد محمد محمد الرفاعي-الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي- دار النهضة العربية 1994.

12- د/ الأستاذ علي بولحية بن بوخميس-القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري-دار الهدى-الجزائر 2000.

ب- المقـــالات :

13- د/ جمال النكاس-حماية المستهلك و أثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي-بحث في مجلة الحقوق-العدد 02 -السنة 13- 1989.

14- د/ موالك بختة-الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري-مقال في المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، الاقتصادية و السياسية- الجزء 37 رقم 02-الديوان الوطني للأشغال التربوية 2001.

15- د/ محمد عبيدات و محمد علي طعاني-اتجاهات المستهلك الأردني نحو دعوة الجمعية الوطنية لحماية المستهلك لمقاطعة السلع الاستهلاكية (حالة دراسة عن سلعة القهوة)-مقال في مجلة دراسات الأردن -المجلد 26-العدد 02-عمادة البحث العلمي الجامعة الأردنية-تموز 1999

ج- الوسائـــل و المذكـــرات:

16- العيد حداد-الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق-رسالة دكتوراه-جامعة الجزائر- كلية الحقوق 2000.

17- قندوزي خديجة-حماية المستهلك من الإشهارات التجارية على ضوء قانون الإشهار لــ 1999-رسالة ماجستير -جامعة الجزائر-كلية الحقوق-2002

18- مركب حفيزة- الحماية التشريعية للمستهلك في ظل جودة المنتوج و الخدمة -رسالة ماجستير- جامعة الجزائر - كلية الحقوق -2002.

د- وثائق مختلفـــة:

19- نشرية "وعي المستهلك" الصادرة عن جمعية "الأمان لحماية المستهلك" لولاية الأغواط:

20- السنة الأولى - العدد الأول - جانفي فيفري 2001.

21- السنة الأولى - العدد الثاني - مارس أفريل 2001.

22- السنة الثانية -العدد الأول -الثلاثي الأول 2002.

23- سامر رياض- المجلس الوطني لحماية المستهلك حبيس أدرج المسؤولين – مقال جريدة الخبر الصادرة بتاريخ 09 جويلية 2002.

هـ –النصـــوص القانونيـــــة:

1 – النصـــوص التشريعيـــة:

24- الدستور الجزائري المصادق عليه سنة 1996
25- الأمر رقم 66-154 المؤرخ في 08 يونيو 1966 و المتضمن الإجراءات المدنية المعدل و المتمم .
26- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 و المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم.
27- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 و المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم.
28- قانون رقم 87-15 المؤرخ في 21 يوليو 1987 المتعلق بالجمعيات.
29- قانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.
30- قانون رقم 90-04 المؤرخ في 02 جوان 1990 المتعلق بكيفيات ممارسة الحق النقابي.
31- قانون رقم 90-07 المؤرخ في 07 أفريل 1990 المتعلق بالإعلام –الجريدة الرسمية عدد14.
32- قانون رقم 90-08 المؤرخ في 07 أفريل 1990 المتعلق بالبلدية.
33- قانون رقم 90-09 المؤرخ في 07 أفريل 1990 المتعلق بالولاية.
34- قانون رقم 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات.
35- قانون رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة – الجريدة الرسمية عدد09.
36- قانون رقم 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات معدل و متمم.

2– النصـــوص التطبيقيـــة:

37- مرسوم تنفيذي رقم 88-16 المؤرخ في 02 فيفري 1988 يحدد كيفيات تطبيق القانون رقم 87-15 المؤرخ في 21 يوليو 1987 المتعلق بالجمعيات و يضبط الأحكام القانونية و الأساسية بينهما.
38- المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 08 أوت 1989 المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم–الجريدة الرسمية العدد 33.
39- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 13 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات – الجريدة الرسمية العدد 44.
40- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش – الجريدة الرسمية العدد 05.

41- المرسوم التنفيذي رقم 91-39 المؤرخ في01 جانفي 1991 المتعلق بإنشاء مخابر تحليل النوعية – الجريدة الرسمية العدد 27.

42- المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06 جوان 1992 المتعلق بإنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلك ويحدد تكوينه واختصاصة- الجريدة الرسمية العدد 52.

43- المرسوم التنفيذي رقم 94-207 المؤرخ في 16 جوان 1994 يحدد صلاحيات وزير التجارة.

44- المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المتعلق بإنشاء شبكة مخابر تحليل النوعية – الجريدة الرسمية العدد 62.

3 – مشاريـــع القوانيـــن:

45- دراسة مشروع القانون المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك- الجريدة الرسمية لمداولات المجلس الشعبي الوطني-السنة الثانية –رقم 65- الفترة التشريعية الثالثة- الدورة الرابعة.

46- مشروع قانون حماية المستهلك.

ثانيا: باللغــــة الفرنسيــــة

I – Ouvrages :

44- Gérard Sousi avec la collaboration pour la droit fiscale de Bernard Thévent - Les associations -Manuel Dalloz de droit usuel –1985.
45- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz-Droit de la consommation –4eme édition-Dalloz-1996.
46- Michel Lercef –Droit des consommateurs et obligation des services public-préface de Jaques Moreau- Edition d'organisatio1999.
47- Elie Alfondanie avec la coordination de Puilipe Henri Dutheil – Edition Dalloz – Action 2000.
48- Claude Vallon- Association mode d'emploi – 5eme édition – Dunod – 2002.

II- Articles :

49- Charles Debbash et Jaques Bourdon – Les associations Que sais-je? – Presse universitaire de France – 1985.
50- M. Kahloula et C.Meckemcha – La protection des consommateurs en droit algérien- 1ere partie – Revue IDARA – N° 2 Volume 8 - 1995.
51- M. Kahloula et C.Meckemcha – La protection des consommateurs en droit algérien- 2eme partie – Revue IDARA – N° 2 Volume 6- 1996.
52- D. Filali, F.Fettat, A.boucenda – Concurrence et protection des consommateurs dans la domaine alimentaire en Algérie – Revue algérienne des sciences juridiques, économiques et politiques – Volume 36 N° 1 –Université d'Alger – 1998.
53- Mm. Sahari Fadila – Le rôle des associations de consommateurs dans l'émergence d'un contre pouvoir face aux professionnel – Revue algérienne des sciences juridiques, économiques et politiques –Volume 36 N° 1 – 2002.
54- Recueil le Dollaz –Cahier droit des affaires–Hebdomadaire 78 janvier 2002–N° 1/7054–2 cahier bleu–Observation de Ciline Roudey- consommation –Le consommateur est une personne physique
55- Recueil le Dollaz – Cahier droit des affaires – Hebdomadaire 78 - 3 janvier 2002 –N° 5/6970 – Note de Gille Paisant – Consommation- L'action des associations de consommateurs en suppression de clause abusives et la réparation de préjudice causé à l'intérêt collectif de consommateurs.
56- Guide de gestion RF. Le guide des associations juridique fiscale-sociale comptable, immobilier- Groupe Revue Fiduciare- Paris 2001.
57- Mémento pratique–Droit des affaires–Concurrence consommation 2002 avec la collaboration de Denis Reddon–Edition français– Lefebre 2001.

58- Raymond Martin- Procédures judiciaires civiles de règlement des litiges de consommation–Juris Classuer – Concurrence consommation – Fascicule 1240 – Edition 1994.
59- Serge Guinchard –Responsabilité des associations de consommateurs- Droit de critique . Boycotte - Juris Classuer – Concurrence consommation - Fascicule 1215 – Edition 1996.
60- Philip Brun et Hélène Claret - Institution de la consommation et organisme de défense des consommateurs - Juris Classuer – Concurrence consommation - Fascicule 1200/20 – Edition 1998.

III- Textes législatifs :

61- Code de la cosnommation

معلومـــات بالإنترنـــت:

62 الموقع الشبكي الأول:
http//www.mafhoum.com/syn/articles/baroudi/4htm.
معلومة محصل عليها يوم 2003/06/01.
63 الموقع الشبكي الثاني:
http//www.albayan.com.ae/albayan/1994/04/20/mh/4htm.
معلومة محصل عليها يوم 2003/06/04.

الفهـــرس

العنـــوان **الصفحة**